Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto
Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

Miguel Ângelo Lima Amado Belo
dezembro | 2012

Ficha de identificação

Nome do aluno:
Miguel Ângelo Lima Amado Belo

Número de aluno:
5006481

Instituição de ensino:
Instituto Politécnico da Guarda

Estabelecimento de Ensino:
Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Grau:
Licenciatura

Curso:
Comunicação Multimédia

Início do Estágio:
4 de julho de 2012

Duração:
Três meses

Término do Estágio:
4 de outubro de 2012

Orientador de estágio na instituição de ensino:
Professor Rui Manuel Formoso Nobre Santos

Orientador de estágio na instituição empregadora:
Eng. Sérgio Duarte / Grau académico: Mestre

"A verdadeira generosidade para com o futuro

consiste em dar tudo ao presente."

Albert Camus
(*1913 a 1960*)

Agradecimentos

Ao Instituto Politécnico da Guarda, em particular à Escola Superior de Educação Comunicação e Desporto;

a todos os docentes que me acompanharam ao longo desta jornada, em particular, aos professores Carlos Brigas e Sérgio Duarte que tornaram possível a realização deste estágio;

ao professor Rui Formoso, por não só ter aceite o convite para ser meu orientador, mas sobretudo por ter exigido o melhor de mim na realização deste relatório;

aos meus amados pais, que, com o seu esforço, me permitiram a concretização deste importante período da minha formação pessoal e académica, nucleares na minha futura realização como indivíduo, inserido plenamente no âmbito social e profissional;

à Débora, à Joana e à Soraia, que foram a minha bengala ao longo deste curso e que, pela amizade e permanente apoio que nunca regatearam, sobretudo, nos momentos menos positivos deste percurso, permitindo a sensação de que o tempo tivesse passado a voar;

à minha namorada, por estar sempre presente apesar da distância territorial existente;

a todos os outros meus amigos e companheiros, que estiveram sempre comigo sem marralhar qualquer apoio.;

e a todos vós,

o meu muito obrigado!

Resumo

Este relatório, ponto fundamental na conclusão do curso, pretende descrever, de forma simples, clara e objetiva, as tarefas realizadas durante os três meses de estágio curricular desenvolvido na empresa "Associação Distrital para a Sociedade de Informação" (ADSI). Sedeada na Guarda e onde tinha como funções a construção de produtos multimédia.

O relatório encontra-se dividido em duas partes. A primeira onde se pretende dar a conhecer a empresa, em especial nas áreas e valências que possam permitir um cabal conhecimento das atividades que nela desenvolvi. A segunda apresentará todas atividades realizadas na instituição, procurando sempre fundamentá-las teórica e criticamente.

Palavras-chave

Web Design

Pós-produção

Design de comunicação

Paginação

Índice

Agradecimentos III
Resumo IV
Palavras-chave IV
Índice V
Índice de Figuras VII
Índice de Tabelas VII
Lista de Siglas VIII
Introdução 1

Capítulo I 3

1. Caracterização da instituição 4
1.1 Identificação da instituição 4
1.1.1 Estrutura Orgânica 4
1.1.2 Estrutura Jurídica 5
1.2 Identidade Visual 6
1.2.1 Nome 6
1.2.2 Logótipo 7
1.3 Projeto ADSI 8
1.3.1 Áreas de intervenção do projeto 9
1.4 Serviços 10
1.5 Análise SWOT / Entidade no meio 12
1.5.1 Forças e Fraquezas 13
1.5.2 Oportunidades e ameaças 14

Capítulo II 16

1. Estágio 17
1.1 Plano de estágio 17
1.1.1 Objetivos 18
1.1.2 Estratégias 18
1.1.3 Cronogramas 20
1.2 Atividades desenvolvidas 22

1.2.1 *Web Design* 23
1.2.1.1 ilocalgov.pt 24
1.2.1.2 ipolis 28
1.2.2 Pós-produção 29
1.2.3 *Design* de Comunicação 31
1.2.3.1 ilocalgov 31
1.2.3.2 ipolis 33
1.2.3.3 Beira.pt 34
1.2.4 Diagramação 36
1.2.5 Outros 38
Reflexão final 39
Bibliografia 41
Lista de anexos 42

Índice de Figuras

Figura 1 - Organograma da ADSI 5

Figura 2 – Logótipo ADSI 7

Figura 3 – Metodologia de projeto adotada. 19

Figura 4 – Exemplo *roll up* 31

Figura 5 – Logótipo original do projeto ilocalgov 33

Figura 6 – Novo logótipo do projeto ilocalgov 33

Figura 7 – Logótipo original ipolis 33

Figura 8 – Novo logo ipolis 34

Figura 9 – Imagem para utilizar no logótipo Beira.pt 35

Figura 10 – Proposta final logótipo Beira.pt 36

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Forças e Fraquezas análise SWOT. 13

Tabela 2 - Oportunidades e Ameaças análise SWOT 14

Tabela 3 - Cronograma de atividades do mês de julho 20

Tabela 4 - Cronograma de atividades do mês de agosto 21

Tabela 5 - Cronograma de atividades do mês de setembro 21

Tabela 6 - Cronograma de atividades do mês de outubro 22

Lista de Siglas

ADSI - Associação Distrital para a Sociedade de Informação e do Conhecimento

CM - Comunicação Multimédia

CSS - *Cascading Style Sheets*

ESTG - Escola Superior de Tecnologia e Gestão da Guarda

FTP - *File Transfer Protocol*

FAQs - *Frequently Asked Questions*

FIFA - Federação Internacional de Futebol

IPG - Instituto Politécnico da Guarda

JN – Jornal Notícias

HTML - *HyperText Markup Language*

NERGA – Núcleo Empresarial da Região da Guarda

PHP - *Hypertext Preprocessor*

RR – Radio Renascença

RTP – Radio Televisão Portuguesa

SIC – Sociedade Independente da Comunicação

SWOT – *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*

TIC - Tecnologias de Informação e Comunicação

TSF – Rádio Telefonia Sem Fios

Introdução

O estágio curricular é um elemento fundamental de avaliação, obrigatório para a conclusão e obtenção do grau de licenciatura do curso de Comunicação e Multimédia (CM). Mais que um dever, o estágio é uma oportunidade de colocar em prática os conhecimentos adquiridos ao longo do curso, e assim constituir um momento de aproximação ao mercado de trabalho, onde me pretendo incluir num futuro próximo.

A escolha do local de estágio deu-se no seguimento de uma proposta que me foi apresentada pelo professor Carlos Brigas, para realizar o estágio na empresa Associação Distrital para a Sociedade de Informação e do Conhecimento (ADSI), anteriormente designada por Guarda Digital – ADSI, onde iria desenvolver trabalho/atividades na construção de conteúdos multimédia (*vide* anexo I – Plano de estágio). A ADSI, empresa que eu já conhecia, demostrava ter todas as condições ergonómicas para as minhas necessidades enquanto profissional, ou seja, um espaço físico amplo, iluminado, descontraído e com o material de trabalho (computador, secretaria e acesso a internet) necessário, além da equipa com bons profissionais, garantia de apoio na realização das mais variadas tarefas. Tendo em conta o já referido e as experiências do passado, em que tive dificuldades para encontrar um estágio do meu interesse, não poderia deixar passar esta ótima oportunidade.

Apresentei a minha candidatura que rapidamente foi aceite, a partir daí, apenas tinha que aguardar pelo início do estágio e começar a trabalhar e a evoluir enquanto profissional.

Como já referi no resumo o relatório irá ficar dividido em dois capítulos distintos:

O primeiro, intitulado "ADSI – A instituição", ostenta um caráter introdutório e faz uma apresentação da instituição de acolhimento, nomeadamente a nível de história, objetivos, missão e análise *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*).

Já no segundo, "Estágio Curricular", encontra-se toda a informação respeitante às atividades desenvolvidas e sua organização: os cronogramas e descrição pormenorizada e criticamente fundamentada das atividades/propostas realizadas, apresentação do

trabalho realizado, dos programas utilizados, das propostas apresentadas e dos objetivos cumpridos. As atividades/ propostas serão ordenadas por tipo de tarefa (*web design*, pós-produção, *design* de comunicação e paginação) e data de realização.

Por fim apresenta-se uma reflexão pessoal, onde são focados pontos como o curso, o estágio, a adaptação ao mundo do trabalho, a relação entre unidades curriculares e mercado de trabalho e ainda um apontamento em relação ao que espero para o meu futuro.

Capítulo I

ADSI – A Instituição

1. Caracterização da instituição

Este primeiro capítulo tem como objetivo apresentar o local de estágio, a sua organização interna, a sua história, área de intervenção *online*, os objetivos, projetos e serviços fornecidos.

Desta forma, o conhecimento da instituição, nos seus diferentes âmbitos, permitirá uma melhor compreensão das atividades que nela foram desenvolvidas.

1.1 Identificação da instituição

A ADSI tem atualmente a sua sede nas instalações da Escola Superior de Tecnologia e Gestão da Guarda (ESTG) e é, tal como o nome indica, uma associação distrital que tem como principais funções desenvolver projetos na área das novas tecnologias de informação. Os dados relativos à sua entidade física são:

- Morada: Avenida Dr. Francisco Sá Carneiro, nº 50, 6300 – 559 Guarda
- Email: geral@adsi.pt
- Telefone: 271 237 370
- Fax: 271 210 006

1.1.1 Estrutura Orgânica

São cinco as pessoas que fazem esta máquina funcionar. A melhor forma de visualizar o método de laboração, funções e hierarquização dos seus elementos, é recorrer a um organigrama[1] (figura 1) que o esquematize:

[1] Chiavenato (1993) define-o como a "estrutura básica da empresa e como a tarefa empresarial será dividida e atribuída entre departamentos, divisões, grupos, posições e cargos".

Figura 1 - Organograma da ADSI (Fonte: Autor).

O organograma apresentado, criado com base na observação do funcionamento da instituição, apresenta uma estruturação linear, onde é possível verificar a hierarquia piramidal da empresa, em que o topo é ocupado pelo principal responsável pelo funcionamento/dinamização institucional, segundo Djair Picchiai (2010) este modelo é *comum em empresas pequenas* onde *os órgãos são estruturados sob uma única linha de subordinação e cada unidade de trabalho executa tarefas específicas e bem definidas*.

É ainda visível na figura a relação entre os membros da empresa, quem trabalha em parceria com quem, através da divisão por departamento.

1.1.2 Estrutura Jurídica

A ADSI foi constituída em dezembro de 1999 por seis instituições envolvidas nas atividades realizadas no âmbito do projeto "Guarda Cidade Digital", nomeadamente:

- Câmara Municipal da Guarda;
- Instituto Superior de Administração, Comunicação e Empresa;
- Instituto Politécnico da Guarda (IPG);
- Núcleo Empresarial da Região da Guarda (Nerga);
- Portugal Telecom;
- A Dom Digital, Novas Tecnologias de Informação, LDA.

No final do ano de 2010, a Guarda Digital - ADSI alterou a designação apenas para ADSI Associação para o Desenvolvimento da Sociedade de Informação e do Conhecimento (ADSI) e é legalmente detentora do número fiscal 504 756 117.

A direção atual da ADSI é composta por cinco dos seus associados:

- IPG;
- Nerga;
- Município de Mêda;
- Município de Pinhel;
- ADM Estrela – Associação de Desenvolvimento e Melhoramentos.

A direção e atualmente representado na instituição pelo engenheiro Sérgio Duarte.

1.2 Identidade Visual

A identidade visual de qualquer instituição é constituída normalmente por três partes: nome, logótipo e *slogan*, é através destes elementos que a empresa se dá a conhecer aos seus públicos, segundo Lampreia (2003: 48) *começa em termos de comunicação pelo seu nome, logotipo e também pelo seu slogan, que são elementos primários para a identificação e reconhecimento desta junto do público*.

Porém, no caso da ADSI, apenas dois elementos são utilizados, o nome e o logótipo. Apesar de se tratar de um elemento da identidade visual de uma empresa, a ADSI não usa nenhum *slogan*, porque o seu logo normalmente acompanha do nome, por extenso, é suficientemente identificativo da sua atividade o que torna dispensável este elemento da identidade visual.

1.2.1 Nome

O nome de uma empresa deve dar a conhecer ao público informação útil e pertinente quanto à área de funcionamento da empresa. Porém, nem todos os nomes são criados com esse objetivo, um exemplo será a marca *Nestlé* o nome não é identificativo nem da

atividade nem do produto, trata-se do nome de família do fundador da empresa Henri Nestlé.

O facto de existirem vários tipos de nome com objetivos e características diferentes leva alguns autores, como Martins Lampreia (2003: 49), a inventariá-los (os nomes) por categorias *nome individual, associação de nomes, descritivo, abreviado, iniciais, fabricado e por analogia.*

Neste sentido, a ADSI encontra-se na categoria dos abreviados, onde o nome completo, Associação Distrital para a Sociedade de Informação e do Conhecimento, representativo da atividade da empresa, permite formar com as suas iniciais a designação da instituição sob a forma de sigla, isto porque, a sua leitura é efetuada letra a letra, se a união tivesse como resultado uma palavra e fosse lida como tal, iria tratar-se de um acrónimo, como é o caso da Federação Internacional de Futebol (FIFA).

1.2.2 Logótipo

Segundo Lencastre (2007) este elemento de identidade visual é, a par do nome, uma das melhores formas de identificação por parte das marcas, inúmeras vezes reconhecemos uma marca apenas pelo símbolo, deixando até de ser necessária a presença do nome. Um bom exemplo da força do logótipo será a maçã trincada da APPLE, facilmente reconhecida e raramente acompanhada pelo nome da empresa.

O logótipo é desta forma o elemento mais representativo, pois contém normalmente informação sobre a empresa através dos elementos gráficos condensados e está presente em todo o seu material promocional.

Sendo assim de tamanha importância o logótipo da ADSI (figura 2) é composto por quatro elementos, a sigla ADSI, duas camadas de pontos e o fundo preto.

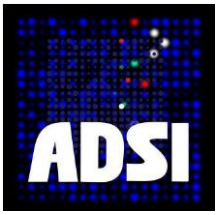


Figura 2 – Logótipo ADSI (Fonte: Interna).

Cada um dos componentes passa uma mensagem, o nome ADSI, em letras de cor branca remete para a pureza e verdade associada ao espírito de trabalho da empresa. A seleção desta cor é também motivada por razões contextuais, remete para a neve e o

frio, caraterísticas da região onde se encontra implementada, a Guarda. O mundo das tecnologias de informação e comunicação (TIC), representada numa fase embrionária, pelos pontos menores, irá desenvolver-se (pontos maiores e com cor mais forte) através do papel da ADSI. As cores dos pontos, predominantemente azuis, associam-se aos valores de confiança, sinceridade e tranquilidade características que ajudam atingir o sonho do desenvolvimento e crescimento da empresa perante a concorrência. Já a cor preta, a cor do poder, presente no fundo, transmite sofisticação, elegância, luxo e sobriedade, que se pretende alcançar dominando o mercado.[2]

Todos estes elementos se encontram dentro de um quadrado, símbolo da organização, da perfeição matemática e do desenvolvimento tecnológico, ideias que a ADSI persegue.

1.3 Projeto ADSI

O programa Guarda Distrito Digital, um dos projetos que dá origem à ADSI, visa *assegurar alguns dos objetivos contemplados na iniciativa Ligar Portugal*[3]*, nomeadamente:*

- *Desenvolver as TIC no Distrito da Guarda;*
- *Criar um conjunto de infraestruturas para promover o desenvolvimento da região, e desta forma aproximar os seus cidadãos aos níveis de acesso à informação dos restantes Europeus;*
- *Promover uma cidadania moderna, para a qual o uso das TIC é um instrumento normal de acesso à informação, à educação, ao trabalho cooperativo e à discussão pública;*
- *Promover a utilização crescente das TIC pelo tecido empresarial, apoiando as empresas na sua modernização, enquanto condição indispensável à sua competitividade internacional e à coesão territorial, assim como assegurar o*

[2] *In* www.significadodascores.com.br/, (12 de Dezembro de 2012).

[3] "Um programa de ação integrado no plano tecnológico do XVII governo: Mobilizar a sociedade de informação e do conhecimento" *in* www.ligarportugal.pt, (30 de Novembro de 2012).

desenvolvimento de novas empresas de base tecnológica, nomeadamente de software;

- *Estimular o desenvolvimento científico e tecnológico, promovendo atividades de Investigação e Desenvolvimento em colaboração internacional.*[4]

Este projeto, inovador na região, apresenta-se como uma oportunidade para os empresários da zona divulgarem os seus produtos e serviços num mercado cada vez mais global e mais concorrencial.

1.3.1 Áreas de intervenção do projeto

Atualmente, e previsto nos seus estatutos[5], a ADSI tem como objetivo intervir nas áreas de:

a) *Coordenação e centralização de projetos relacionados com a implementação das TIC nos diversos contextos;*
b) *Promoção e divulgação das potencialidades da região através da gestão de projetos comuns;*
c) *Elaboração projetos de candidatura aos fundos comunitários existentes, no âmbito da economia digital e dinamização das TIC na região;*
d) *Fomento da participação das entidades locais em prol do desenvolvimento tecnológico da região;*
e) *Potencialização das relações dos associados da ADSI entre si e com outras instituições que prossigam fins idênticos aos desta associação;*
f) *Coordenação e promoção da realização de estudos ligados às TIC na região e dar publicidade aos resultados obtidos;*
g) *Promoção de reuniões, workshops, seminários e outros eventos ou formas de atuação, tendo em vista o cumprimento do seu escopo;*

[4] *In* ADSI (2012). O projeto. (30 de Novembro de 2012).

[5] *In* http://www.adsi.pt/images/stories/ESTATUTOS_ADSI_2010.pdf, (30 de Novembro de 2012).

h) Desenvolvimento de outras atividades que se venham a revelar de importância para a associação e, sejam previamente aprovadas em sede de Assembleia Geral;

i) Conceção e promoção de ações de formação para todos os associados, preferencialmente, e também para a sociedade em geral.

1.4 Serviços

A ADSI tem para fornecer aos seus clientes um conjunto de serviços na Beira Interior, para tal dispõe de um *Data Center*[6], fundido recentemente com o *Data Center* do IPG, de grande capacidade de alojamento e composto por tecnologia de ponta *A ADSI e IPG fundiram os seus centros de armazenamento de dados para criar o maior e mais moderno data center da Beira Interior*, esta fusão veio servir para que fiquem *com infraestruturas mais modernas, tecnologicamente mais evoluídas e mais competitivas*, refere o Engenheiro Sérgio Duarte em entrevista ao jornal "O Interior"[7].

Os serviços prestados atualmente são:

- **Alojamento –** O serviço de alojamento da Guarda Digital é suportado por uma plataforma tecnológica que permite ao cliente total controlo sobre o seu serviço, através de *File Transfer Protocol (FTP)*[8];
- **Servidores –** Aluguer de servidores dedicados sendo a taxa de disponibilidade superiores a 99,95%;
- ***Housing* –** Aluguer de espaço nos seus bastidores que permite alojar servidores dos clientes, beneficiando da infraestrutura da ADSI;
- ***Webdisk* –** Aluguer de espaço em disco remoto que ficará acessível em qualquer lugar, através do recurso ao FTP;

[6] "Local onde são concentrados os equipamentos de processamento e armazenamento de dados de uma empresa ou organização." *In* pt.wikipedia.org/wiki/Centro_de_processamento_de_ dados, (14 de Novembro de 2012)

[7] *In* http://www.ointerior.pt/noticia.asp?idEdicao=656&id=35485&idSeccao=8389&Action=noticia, (9 do Novembro de 2012)

[8] Trata-se de um protocolo que permite transferência de ficheiros entre computadores através de uma rede como a internet.

- **Domínios –** Registo e gestão de domínios dos mais diversos tipos nacionais (.pt, .com.pt, …) e internacionais (.com, .org, ...)

Digno de referência são, ainda, os serviços comunicacionais prestados através de portais de internet, nomeadamente:

- www.guarda.pt – portal de conteúdo generalista sobre a região;
- www.executivo.guarda.pt – portal com uma vertente empresarial;
- www.agroflorestal.guarda.pt – portal centrado em temáticas agrícolas;
- www.coolkids.guarda.pt – portal destinado a crianças e professores, de natureza eminentemente educativa;
- www.turismo.guarda.pt – portal direcionado para informação turística sobre a Guarda;
- http://www.multimedia.guarda.pt – portal orientado para conteúdos multimédia sobre a região;
- http://www.arquivo.guarda.pt/ - portal reservado a partilha de conteúdos históricos de natureza regional.[9]

Num futuro próximo, numa vertente voltada para o turismo regional, a ADSI irá prestar os seguintes serviços no âmbito do projeto iTurismo:

- **Portal de turismo municipal** – sistema de informação ao turista, onde deverá ser incluído um "Catálogo *online* de oferta turística";
- **Livro digital** – pretende-se que seja um guia de produtos, serviços e infraestruturas, a ser visualizado em TV táctil, dispositivo móvel ou computador, com o objetivo de promover a região;
- **Aplicação para dispositivos móveis** – como "Audioguias", em formato mp3, e tradução em várias línguas estrangeira.

[9] *In* http://www.adsi.pt/, (15 de Novembro de 2012).

1.5 Análise SWOT / Entidade no meio

A sigla SWOT, que representa quatro vetores de análise, é um acrónimo de língua inglesa, que se deve "ler" da seguinte forma:

- S – Strenghts – pontos fortes;
- W – Weaknesses – pontos fracos;
- O – Opportunities – oportunidades;
- T – Threats – ameaças.

Esta técnica de análise tem a sua autoria atribuída a Albert Humphrey, líder de um projeto de análise realizado na Universidade de Stanford, nas décadas de 1960 e 1970, contudo, há quem defenda que a metodologia de análise era já conhecida em 500 a.C. quando Sun Tzu (544 a.C. – 456 a.C.) usou a seguinte frase, *Concentre-se nos pontos fortes, reconheça as fraquezas, agarre as oportunidades e proteja-se contra as ameaças*.

Com a análise SWOT, segundo McDonald (2008), pretende-se observar as características da empresa a nível interno e externo, a posição de mercado, os objetivos a alcançar e quais os recursos de que se usufrui em relação aos seus concorrentes.

Os dois primeiros pontos, *fortes* e *fracos*, servem para analisar a empresa a nível interno, são, desta forma, características sobre as quais a empresa tem influência direta. *Oportunidade* e *ameaças* são dois vetores de análise sobre os quais a empresa não consegue exercer influência, dependendo, portanto, do meio.

A análise SWOT apresenta-se dividida em dois quadros, *um para as forças e fraquezas da empresa, e outro para as oportunidades e ameaças, identificadas ao longo da análise de mercado* (Denis Lindon *et al*, 2004: 451). Recolhidos todos os dados, torna-se possível uma análise global da situação em que se encontra e os caminhos a trilhar num futuro próximo.

É importante esclarecer que os pontos sobres os quais recaem a análise SWOT são essencialmente fruto de constatações, observações e conhecimentos adquirido sobre a empresa e o mercado em que ela está instalada.

1.5.1 Forças e Fraquezas

Neste ponto será apresentada a tabela 1 referente as forças e fraquezas:

Forças	Fraquezas
Qualidade de serviços - os serviços prestados na ADSI são de alta qualidade, motivado pelo uso de altas tecnologias.	**Serviços com custos elevados** – Serviços com qualidade mas com custos são elevados, o que pode levar à perda de potenciais clientes.
Competência da equipa de trabalho– com reconhecidas capacidades de trabalho permitindo elevada eficácia na sua realização.	**Equipa de trabalho reduzia** – apesar das suas capacidades em situações de crise[10].
Reconhecimento da comunidade –Tem o nome divulgado e reconhecido na região, torna-a mais forte na conquista de novos clientes.	**Grupo restrito de clientes** – os custos dos serviços prestados, leva a que apenas entidades com algum poder económico possam fazer parte da lista de clientes da ADSI.
Parcerias – as parcerias com autarquias e com o IPG, entre outras, por se tratar de parceiros de renome que poderão permitir alcançar novos clientes.	

Tabela 1 – Análise SWOT: Forças e Fraquezas (Fonte: Autor).

Uma breve análise a esta tabela permite retirar algumas conclusões:

- Que a qualidade se paga é uma "norma" reconhecida em qualquer situação, contudo seria possível a ADSI promover serviços de igual qualidade com preços mais acessíveis, aumentando assim o número de potenciais clientes;
- A qualidade da equipa de trabalho deve ser preservada, contudo, em determinadas situações (de crise), um número reduzido de funcionários pode

[10] "Acontecimento extraordinário, ou uma série de acontecimentos, que afeta de forma diversa a integridade do produto, a reputação ou a estabilidade financeira da organização; ou a saúde e bem-estar dos empregados, da comunidade ou do público em geral." (Wilcox: 2002; 191)

ser prejudicial à empresa, pois poderá não permitir responder às necessidades dos clientes. Já depois do estágio terminar, tive conhecimento que foi adicionado um novo membro a equipa;

- O reconhecimento é sinónimo de poder, porém, ser reconhecido por ter um grupo restrito de clientes poderá não ser o melhor para a empresa, aproximar-se e angariar clientes nas mais variadas áreas de negócio deve ser uma aposta para o futuro;
- As parcerias são o melhor alicerce numa época de crise, mas necessitam ser preservadas e fortalecidas, para que se mantenham ao longo do tempo.

1.5.2 Oportunidades e ameaças

A tabela 2 apresenta catalogadas as oportunidades e ameaças:

Oportunidades	Ameaças
Novos negócios e parcerias – negócios criados para fugir ao desemprego e com necessidades de divulgação.	**Crise do país** – a redução do investimento.
Pouca capacidade da concorrência – Na região nenhuma empresa tem capacidade (a nível de infraestruturas e serviços) para rivalizar com a ADSI.	**Concorrência** - com preços mais apelativos.
Aposta nas novas tecnologias – criação de conteúdos para novas tecnologias, como *smartphone* e *ipad* poderá inverter a tendência do pouco investimento realizado pelas empresas	**Novas tecnologias** – Permitem ao cliente fazer o trabalho por um baixo custo ou até de forma gratuita. A plataforma www.pt.wix.com é disso exemplo.
Localização – tratando-se de um meio com pouca população a concorrência é também menor, o que permite a ADSI tornar-se líder de mercado.	**Localização** – apesar de ser uma oportunidade é também uma ameaça, pois trata-se de um meio com níveis de investimento mais reduzido.

Tabela 2 – Análise SWOT: Oportunidades e Ameaças (Fonte: Autor).

Poder-se-ão retirar as seguintes conclusões desta tabela:

- A crise, ao mesmo tempo que é uma das maiores ameaças para a empresa, pode ser uma porta de entrada para novos clientes e parcerias. A criação de

novos negócios em tempo de crise é uma oportunidade, pois tratam-se de empresas recentemente criadas e que necessitam de promoção, que ADSI lhes pode fornecer;

- A crise é uma oportunidade para a ADSI, mas também pode ser para as empresas concorrentes, pois estas apresentam melhores preços. Assim, penso que devem ser tomadas medidas a nível interno para poder rivalizar com a concorrência e adquirir novos clientes.
- A localização deve ser tida em conta como uma ameaça, mas sobretudo como uma oportunidade. Se é verdade que o investimento é reduzido, também o é, a oportunidade de investir em diferentes áreas;
- O mesmo se aplica às tecnologias, se algumas aparecem como uma ameaça à tipologia de negócios da ADSI, surgem outras que permitem a aposta em novos negócios. Um exemplo destas oportunidades (localização e novas tecnologias) é o novo projeto iTurismo referenciado anteriormente.

Estes comentários, a ambas as tabelas, devem servir como ponto de reflexão, no sentido de encontrar respostas para alguns problemas com os quais a empresa poderá ter de lidar no futuro.

Capítulo II

Estágio Curricular

1. Estágio

Iniciarei este capítulo com uma análise ao plano de estágio, apresentarei também os cronogramas e as estratégias de trabalho. Depois irei descrever as atividades desenvolvidas.

1.1 Plano de estágio

Segundo Severino (2007), um plano de trabalho serve para que quem realiza os projetos tenha sobre si uma disciplina, que lhe permita alcançar uma boa organização e distribuição do tempo de trabalho. É nesse sentido que é fundamental a elaboração do plano de estágio nos primeiros dias do mesmo.

O que era esperava de mim e que ia ao encontro com as minhas pretensões, ficou esclarecido no plano de estágio (*vide* anexo I), elaborado em conjunto com o Eng. Sérgio Duarte no primeiro dia de estágio e mais tarde aprovado pelo orientador Prof. Rui Formoso. As atividades a desenvolver centravam-se na criação de conteúdos multimédia, em especial de um *web site*, um guia de apoio ao utilizador *online* e criação de elementos gráficos como logomarcas e material promocional.

As unidades curriculares lecionadas no curso de Comunicação Multimédia, como "Atelier de Internet I e II" e "Acessibilidades e Usabilidades" foram de uma importância capital, pois nelas adquiri conhecimentos *HyperText Markup Language* (*HTML*) e *wordpress* essenciais para a realização do *web site*.

Se as unidades curriculares referidas anteriormente foram importantes nessa área, também não o deixam de ser as cadeiras "Design Gráfico I e II" para a criação de todo o material gráfico.

Porém, todas as unidades curriculares foram relevantes, pois os conhecimentos adquiridos deram-me a possibilidade de realizar outros trabalhos, como por exemplo a recolha fotografia ou a pós-produção de vídeo.

1.1.1 Objetivos

Tendo como referência as atividades expostas no ponto anterior, estabeleci os seguintes objetivos:

- Criação do portal de ajuda ilocalgov que seria colocado *online* juntamente com portal principal;[11]
- Uma análise profunda (sobretudo ao funcionamento mas também ao grafismo) da ferramenta ilocalgov de forma a conseguir realizar o guia de ajuda;
- Observação e análise de ferramentas e guias similares ao que iria construir;
- Análise de logótipos de produtos semelhantes aos que iria ter que produzir;
- Criação de logótipos tendo em vista diferentes produtos;
- Disponibilidade para realizar todas a tarefas que me fossem pedidas;
- Apresentação de propostas pertinentes.

Para que o número de erros, naturais em qualquer estagiário, fosse o menor possível, propus-me consultar o meu tutor, o meu orientador e ainda outros docentes para assim poder desempenhar da melhor forma as minhas funções.

1.1.2 Estratégias

O conceito de estratégia, usado vulgarmente em contexto militar, é aqui aplicado no sentido de traçar um caminho, as políticas e ações adequadas para alcançar os objetivos de longo prazo. Sem uma estratégia bem definida os compromissos a longo prazo são difíceis de coordenar e alcançar.[12]

Neste sentido, foi adotada uma estratégia que está intrinsecamente relacionada como o tipo de trabalho desenvolvido. Como este se focalizava no desenvolvimento de conteúdos multimédia, optei por usar uma metodologia típica de construção de projeto,

[11] www.ilocalgov.pt é o portal principal ao qual seria associado o meu portal de ajuda.

[12] Nicolau, Isabel (2001), *O conceito de estratégia*. Lisboa: ISCTEC.

apresentada na figura 3 que permite compreender, visual e esquematicamente, a metodologia utilizada nos trabalhos que realizados.

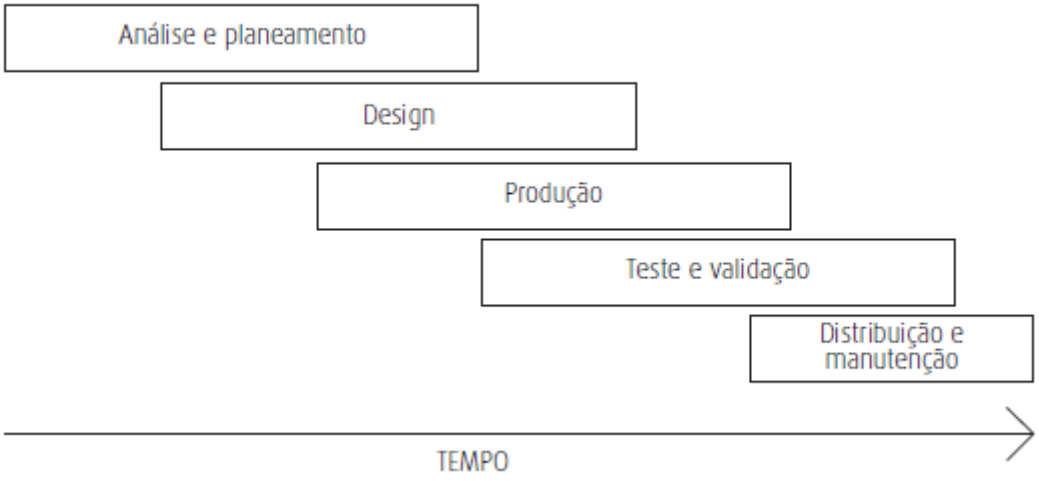


Figura 3 – Metodologia de projeto adotada. (Adaptação de Strauss, 1997).

Uma, ainda que rápida, observação da figura 3 permite-nos verificar que a estratégia seguida é de natureza eminentemente gradativa e assenta, segundo Strauss (1997) em cinco etapas fundamentais:

- **Análise e planeamento** – Classificação de ideias e tópicos, pesquisa e tratamento de informação, e planeamento de recursos e competências;
- ***Design*** – Conceção da aplicação, detalhando ao pormenor esquemas de navegação, conteúdos e interfaces. Idealização do protótipo;
- **Produção** – Execução, aquisição e montagem de conteúdos (autoria multimédia), numa primeira versão não finalizada;
- **Teste e validação** – verificação da funcionalidade e de controlo da conformidade da aplicação com os objetivos finais; Produção da versão final;
- **Distribuição e manutenção** – duplicação da peça ou distribuição numa rede de informação ou mercado.

O uso desta metodologia foi útil não só para mim, pela organização e pelos resultados que me permitiu alcançar, como para os destinatários do meu trabalho, na medida em

que que receberão um produto com melhor qualidade devido a organização que nele foi aplicado.

Apesar de estar dividida em cinco pontos, a metodologia apenas foi completamente aplicada no trabalho de pós-produção relativo as entrevistas, pois foi o único que durante o período de estágio foi distribuído.

1.1.3 Cronogramas

Foram construídos quatro cronogramas referentes aos meses ao longo dos quais o estágio decorreu.

Estes cronogramas pretendem elucidar para a forma como o tempo foi aplicado ao longo do estágio na elaboração das variadas tarefas.

Cronograma das atividades do mês de julho																			
	4	5	6	9	10	11	12	13	16	17	18	19	20	23	24	25	26	27	30	31
Integração	■																			
Web Design- análise e planeamento.		■	■	■	■							■	■	■	■	■	■			
Design				■	■							■								
Produção				■	■	■	■	■	■	■	■		■	■	■	■	■			
Teste e validação											■					■	■			
Distribuição e manutenção																	■			
Design – análise e planeamento																		■	■	■
Outros							■				■		■				■			■

Tabela 3- Cronograma de atividades do mês de julho (Fonte: Autor).

O cronograma relativo ao mês de julho (tabela 3), apresenta os trabalhos realizados, que seguiram a ordem do estabelecido no plano de trabalho, *web design* onde se inclui a elaboração do *site* e do guia de ajuda ilocalgov e *Design* com o início do desenvolvimento do logo Beira.pt.

Cronograma das atividades do mês de agosto																	
	1	2	3	13	14	16	17	20	21	22	23	24	27	28	29	30	31
Web Design- análise e planeamento.				■				■	■								
Design				■													
Produção					■	■	■		■	■	■	■		■	■	■	
Teste e validação													■				
Design – análise e planeamento	■	■	■										■	■		■	■
Design							■								■		
Produção		■	■				■						■	■		■	■
Teste e validação															■		
Pós-Produção – Análise e planeamento							■										
Design							■										
Produção							■	■	■		■						
Teste e validação									■		■						
Distribuição e manutenção											■						
Outros			■	■	■		■		■			■			■	■	■

Tabela 4 - Cronograma de atividades do mês de agosto (Fonte: Autor).

O mês de agosto (tabela 4) foi preenchido com atividades centralizadas no *web design*, construção do portal ipolis; e no *design* de logos e material promocional. Apesar de não estar previamente planificado, ofereci-me para desenvolver o trabalho de pós-produção.

Cronograma das atividades do mês de setembro																			
	3	4	5	6	7	10	11	12	13	14	17	18	19	20	21	24	25	26	27	28
Design – análise e planeamento	■	■	■	■	■	■	■	■												
Design		■	■	■	■	■	■	■												
Produção			■		■	■		■	■											
Teste e validação				■			■		■											
Web Design **-** Análise e planeamento										■		■	■	■	■	■	■	■	■	■
Design										■		■	■				■			■
Produção											■		■	■	■	■	■	■	■	■
Teste e validação													■				■			■
Outros	■				■	■					■		■		■	■	■			■

Tabela 5 - Cronograma de atividades do mês de setembro (Fonte: Autor).

No terceiro mês (tabela 5), em setembro, o trabalho centrou-se, na primeira metade do mês, essencialmente, na produção de conteúdos gráficos (material promocional, *logo* Beira.pt e ilocalgov), já, a segunda, foi dedicada à conclusão do *site* ilocagov, Beira.pt e do guia para posterior entrega.

Cronograma das atividades do mês de outubro					
	1	2	3	4	8
Paginação – análise e planeamento	■	■			
Design		■			
Produção		■	■	■	
Teste e validação				■	
Outros	■	■			■

Tabela 6 - Cronograma de atividades do mês de outubro (Fonte: Autor).

Os últimos cinco dias de estágio (tabela 6), decorridos já no mês de outubro, foram dedicados à realização de um catálogo para o projeto iTurismo. No dia 8, já terminado o período de estágio, voltei a empresa para entregar todo o material produzido.

1.2 Atividades desenvolvidas

As páginas que se seguem destinam-se à apresentação, tão pormenorizada e fundamentada quanto possível, das atividades desenvolvidas ao longo do estágio curricular. Por questões de sistematização e clareza de exposição, seguirão as seguintes áreas:

- ***Web Design*** - onde se insere a criação do portal e guia de ajuda ilocalgov e ainda um outro portal que foi elaborado (ipolis);
- ***Design*** – ligado à produção de logomarcas e material gráfico;
- **Pós-produção** – edição de material de vídeo filmado;
- **Diagramação e paginação** – criação de panfleto promocional (iTurismo);
- **Outros** – variadas atividades que apesar de existirem não carecem de destaque individual, porém irei fazer referência a elas no decorrer deste capítulo.

1.2.1 Web Design

O w*eb design* consiste na construção de projetos digitais que facilitem e incentivem a atividade humana com a *web,* normalmente *websites*, mas também outros conteúdos, como jogos, em síntese, todos os produtos, desde que, produzidos para utilização e consulta na *web.*

O trabalho realizado na área do *web design* requer engenho e capacidade criativa para agradar a todo o tipo de utilizadores da internet, com mais ou menos experiência.

Tentar agradar a todos os utilizadores implica percorrer um longo caminho em busca da perfeição. No entanto esta tarefa, dada a diferença entre utilizadores, é quase impossível, por isso, *na impossibilidade de criar um design perfeito…é importante decidir quão bem pretendemos que o nosso site funcione para cada segmento do público-alvo* (Tom Brinck, et al, 2002: 12). Para cumprir tal tarefa, nada melhor do que utilizar as dez heurísticas[13] de Jakob Nielsen, guru da usabilidade e reconhecido consultor no mundo do *web design.*[14]A saber:

- **Visibilidade do estado do sistema** – o utilizador deve receber sempre feedback de alguma ação num período de tempo aceitável.
- **O sistema deve ser coerente com o "mundo real"** – as palavras, frases e conceitos devem ser familiares ao utilizador. Terá de seguir as normas do "mundo real" para tornar todos os processos lógicos.
- **Liberdade de ação** – o utilizador deve controlar as operações, podendo cancelar uma operação ou tarefa sempre que desejar.
- **Consistência** – os comandos, as palavras, as operações devem ter sempre o mesmo significado ao longo do trabalho.

[13] "Técnica de resolução de problemas que tem em conta em cada passo os resultados precedentes e a partir deles deduz a estratégia a utilizar em seguida." *In* Matos, Jose A. de. (2003), *Dicionário de informática e novas tecnologias*. FCA – Editora de informática: Lisboa. (28 de Dezembro de 2012)

[14] Segundo o Center for Usability in Design and Accessibility (CUDA) usabilidade "is a measure of the quality of a user's experience interacting with a product or web site. It is about users' ability to do what they want and need with the product or site. It evolved from the psychology of human factors and its focus on users and "user-friendly" products." *In* http://www.csulb.edu/centers/cuda/about_usability/, (03 de Dezembro de 2012)

- **Prevenção de erros** – melhor do que ter boas mensagens de erro é ter um interface[15] que evita os erros.
- **Reconhecimento em vez de recordação** – pretende-se que o utilizador use o mínimo de memória, o utilizador deve ter sempre disponíveis as instruções de utilização.
- **Flexibilidade e eficiência** – Sempre que possível, devem existir atalhos, acelerando o processo para utilizadores mais experientes.
- ***Design* correto e minimalista** – a informação exposta deve ser a estritamente necessária ao utilizador, evitando-se a irrelevante.
- **Boas mensagens quando ocorrem erros** – o produto deve identificar o erro e indicar claramente a sua solução.
- **Ajuda e documentação** – a perfeição dispensa ajudas, mas, sempre que ela é necessária, o sistema deverá criar apoios permitam uma excelente utilização do produto.[16]

Podemos observar, dada a natureza das páginas *web* que construí (conter os manuais de apoio e as *Frequently Asked Questions (FAQs)* referentes a ferramenta ilocalgov), que este se trata de uma resposta do portal ilocalgov, à última das 10 heurísticas apresentadas, "ajuda e documentação".

1.2.1.1 ilocalgov.pt

O projeto ilocalgov.pt é *uma plataforma digital para a gestão de documentos e reuniões de um governo local com as entidades com que mais se relaciona. Sejam elas juntas de freguesia, associações, membros do seu executivo ou fornecedores*.[17]

Tratando-se de um projeto onde as entidades são representadas por utilizadores, é com naturalidade que surge a necessidade de criar uma secção de apoio para os mesmos.

---

[15] "Dispositivo (material e lógico) graças ao qual se efetuam as trocas de informações entre dois sistemas." *In* http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=interface, (01 de Dezembro 2012)

[16] *In* http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics, (20 de Novembro de 2012).

[17] *In* ilocalgov (2012), consultado em 20 de Novembro de 2012

Esta secção surgirá num *site* paralelo ao principal, que suportará todos os guias de ajuda *online*, com a possibilidade de *download* e ainda vídeos tutoriais. Estes conteúdos responderão às *FAQ*s dos utilizadores em relação a plataforma ilocalgov.

Tendo como referência a metodologia de projeto apresentada em 1.1.2 Estratégias devia nesta primeira fase, ter em atenção que os destinatários desta secção seriam pessoas que poderiam, em alguns casos, ter alguma idade, o que levou ao acréscimo de uma função que permite ao utilizador aumentar ou diminuir o tamanho da letra (-A+A) e poucos ou nenhuns conhecimentos informáticos, assim o manual teve que ser redigido de forma muito detalhada, o que o torna demasiado minucioso para quem já possui conhecimentos informáticos.

Tendo em atenção os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura em CM, foram escolhidas como ferramentas de trabalho os programas *Wordpress*[18] e o *Microsoft Word*.

O *design* a aplicar nas páginas de ajuda teve como base o portal original (*vide* anexo II). Pretendia assim que o utilizador tivesse apenas uma experiência de utilização, apesar de serem dois *sites* diferentes, ao longo de todo o processo de aprendizagem.

Por razões de coerência, havia que seguir os padrões de funcionamento do portal principal. Nesse sentido, efetuei uma pesquisa de *templates* com vista a ganhar algum tempo de edição. O *template* escolhido, por ser o que melhor cumpria os requisitos, formas de funcionamento e *design* mais semelhante, foi o *Platform* 1.4.2 (*vide* anexo III) criado pela empresa *Pagelines*, Este *template*, de *design drag-and-drop*[19] criado para *WordPress* e *HTML5*, apresentava também vantagens técnicas, pois facilitava a edição tanto de conteúdos como de *design*.

[18] "O WordPress é um sistema de gestão de conteúdo que permite criar e manter, de maneira simples e robusta, todo o conteúdo de um *site*." *In* pt.Wordpress.org, (20 de Novembro de 2012).

[19] Drag-and-drop é a ação de mover o cursor sobre um objeto virtual, seleciona-lo e move-lo para uma nova posição *in* http://www.techterms.com/definition/drag_and_drop, (21 de Novembro de 2012)

Com a estrutura definida dei início através do programa *Wordpress* à edição do *template*, que incluiu entre outros, alterações nas linguagens *HTML* [20], *Hypertext Preprocessor* (*PHP*) e *Cascading Style Sheets* (*CSS*)[21], para retirar o que era desnecessário, como uma segunda barra de procura (*vide* anexo III), e inserir novos conteúdos, por exemplo, o novo menu. A utilização dessas linguagens foi ainda necessária para colocar o meu portal em consonância com a página principal, nomeadamente a nível de cores, texto, imagens, espaçamentos laterais…

Foi ainda necessário a utilização de alguns *plugins*[22], para que este portal fosse capaz de proporcionar a melhor utilização possível, principalmente ao nível dos menus de navegação, para o usuário. Um *plugin* também utilizado, com a finalidade de aumentar ou diminuir o tamanho da letra, é visível no anexo IV (-A +A). Através da observação dos anexos III e IV é possível comparar o *template* com o resultado final, onde se podem ver as alterações anteriormente referidas.

Os testes e validação do *site* por parte da empresa, eram realizados à medida que as páginas eram construído. Porém a sua distribuição não foi possível durante o estágio, o facto de o portal principal ter sido desenvolvido com a ferramenta ASP.net[23] levou ao aparecimento de erros de compatibilidade, que o responsável pela plataforma principal ainda não tinha conseguido resolver. O resultado dessas incompatibilidades pode ser observado no anexo V.

---

[20] "*HTML* é a acrossemia de HyperText Markup Language, uma das linguagens utilizadas para desenvolver páginas na internet." Estando atualmente na sua quinta versão *in* http://www.interney.net/blogfaq.php?p=6541494, (21 de Novembro de 2012)

[21] PHP e CSS – tanto uma como a outra são linguagens de programação, o PHP (*Hypertext Preprocessor"*, originalmente *Personal Home Page)* é utilizado para inserir conteúdos na página *HTML*, o CSS (*Cascading Style Sheets)* serve para definir a formatação e apresentação da página. *In* http://www.w3schools.com, (21de Novembro de 2012).

[22] "Na informática define-se *plugin* todo programa, ferramenta ou extensão que se encaixa a outro programa principal para adicionar mais funções e recursos a ele." *In* http://www.tecmundo.com.br/, (22 de Novembro de 2012).

[23] Asp.net é a plataforma da Microsoft para o desenvolvimento de aplicações Web.

Paralelamente à construção do *site* foi desenvolvido o guia de ajuda, uma das principais tarefas apontadas no plano de estágio.

A criação de um guia de apoio ao utilizador que obriga antes de tudo, ao conhecimento adquirido pela utilização da ferramenta em causa. Essa foi a minha principal tarefa: conhecer a ferramenta ilocalgov, compreender os seus objetivos e funções. Só na posse destes dados, se pôde passar à formulação das perguntas e à elaboração das respostas correspondentes, de forma a criar a lista das *FAQs* a constituir os guias.

A análise a estrutura, funcionamento e *design* da ferramenta ilocalgov manteve-se ao longo de todo o estágio, pois dada a sua situação *in fieri*, ia sofrendo alterações, que obrigava a correspondentes alterações no guia

Para desenvolver a lista das *FAQs*, foi direcionada uma pesquisa para outros guias que tivessem o mesmo objetivo, ou seja, guias que respondiam as *FAQs* de outras ferramentas, para dessa forma ter uma base de trabalho consistente com o que pretendia fazer. Como resultado dessa pesquisa analisei a página de ajuda ao *login* da Caixa Geral de Depósitos *Online*[24], do wix.com[25] e o *user guide* Primavera Express (*vide* anexo VI) utilizado pela empresa Primaverabss[26], sendo este ultimo o que melhor respondia aos requisitos estipulados, por se tratar de um guia com um produto e destinatários semelhante ao ilocalgov.

Visto que era a primeira vez que desenvolvia um trabalho do género, esta análise a outros produtos foi muito aproveitada, o que me levou a adaptar alguns pontos como estrutura base e tipo de perguntas, que mais tarde, após avaliação do produto viriam a ser corrigidos por não se enquadrarem.

---

[24] https://www.cgd.pt/Particulares/Gerir-Dia-a-Dia/Caixadirecta/Caixadirecta-online/Pages/Ajuda-login.aspx, (6 de Julho de 2012)

[25] http://pt.wix.com/support/main/html5/, (6 de Julho de 2012)

[26] "A PRIMAVERA Business Software Solutions dedica-se ao desenvolvimento e comercialização de soluções de gestão e plataformas para integração de processos empresariais num mercado global" *in* http://www.primaverabss.com/pt/Empresa-PRIMAVERA%20BSS-PRIMAVERA%20BSS.aspx, (21 de Novembro de 2012).

A estrutura do guia, por razões de coerência e clareza com o produto a que se ligava, o produto ilocalgov, que oferecia três "áreas" de serviços - correspondência, reuniões secções e SMS, era também tríplice. (*vide* anexo XX – CD final)

A construção do texto e a sua aplicação ao guia e *site* de ajuda foi uma fase algo demorada, devido principalmente à novidade da ferramenta utilizada, agravada pelas suas constantes atualizações.

O resultado final parece-me bem conseguido na medida em que correspondia às finalidades para que fora criado: dar instruções para a resolução das principais dúvidas/problemas surgidos, independentemente dos utilizadores. Todavia o produto, tal como o *site* de ajuda ilocalgov, ficou por concluir, nomeadamente no que respeita à atualização das imagens e a coerência entre ferramenta/texto.

1.2.1.2 ipolis

Como o trabalho anterior, também este pertence ao grupo de trabalhos em *Web Design*, porém tratava-se de um trabalho mais simples. As linhas que se seguem destinam-se a apresentar as atividades desenvolvidas neste âmbito.

O que se pretendia era apenas a criação de um *site* semelhante a um já existente http://www.efeitodigital.com/. A análise do mesmo permitiu-me chegar a duas conclusões importantes: fora produzido em *HTML* e apresentava problemas de versatilidade, principalmente na atualização dos conteúdos. Estas eram as duas áreas a intervencionar, pela criação da nova versão em Wordpress.

A única alteração que propus foi a introdução de um campo de "*search*", ficando assim a estrutura definida.

O trabalho proposto, levou-me a tentar fazer uma cópia exata do que já existia. Esta ideia teve alguns contras, como a falta de experiencia em conversões *HTML* para *PHP*, que me foram atrasando o processo por demasiado tempo. Quando consegui iniciar a conversão e já com algum do trabalho feito (*vide* anexo VII), deparei-me com uma realidade que não era aquela que pretendia, estava a criar um produto que não me

agrava, pois visualmente era feio e de estrutura complexa, o que iria dificultar na gestão de conteúdos, algo que se pretendia ver facilitado.

Perguntei então ao meu tutor se poderia criar uma nova proposta e a resposta foi positiva. Iniciei novamente o processo, e através do Wordpress produzi um trabalho que correspondia aquilo que era pretendido pela empresa (facilidade na atualização dos conteúdos) e por mim (visualmente mais agradável e com a barra de procura), no final apresentei o novo trabalho (*vide* anexo VIII).

Em reunião com o Eng. Sérgio Duarte, apresentei os dois trabalhos e ficou definido que a proposta que eu tinha idealizado e construído iria ser a usada no futuro.

1.2.2 Pós-produção

Pós-produção é parte integrante no processo de produção de variados produtos, como filmes, programas de rádio, vídeos, fotografias entre outros, não sendo portanto composta apenas por uma operação, pois inclui edição de vídeo, do som, da banda sonora e pela colocação dos efeitos visuais e sonoros.

Este trabalho consistiu na construção de vídeos relacionados com um projeto que estava a ser lançado pela ADSI, o Raia.pt[27], portal centrado na promoção da zona raiana e as suas tradições.

Na data do lançamento do projeto, dia 6 de agosto de 2012, a ADSI recolheu depoimentos a responsáveis do projeto entre os quais o Eng. Sérgio Duarte, o Presidente da Câmara Municipal do Sabugal e o arquiteto João Madalena (*vide* anexo XX – CD final). O que se pretendia então era a sua edição para posterior partilha no *site* e *Facebook* do projeto Raia.pt.

Realizei pesquisa em portais de comunicação como a Rádio Televisão Portuguesa (RTP) e Sociedade Independente da Comunicação (SIC), de forma a observar como era

[27] http://www.raia.pt/index.php?option=com_videos (02 de Dezembro de 2012).

realizada a edição de depoimentos. Tal permitiu-me constatar que a grande maioria não dispensava a logomarca identificativa da instituição e o uso de oráculos[28].

Além destes dois, julguei pertinente, por razões de contextualização e clareza, a inserção de uma introdução, com o texto *inauguração do portal* seguido da logomarca Raia.pt, no início do vídeo. Utilizei ainda no canto inferior direito, ao longo de todo o vídeo, uma imagem vetor[29] de um touro, identificador da tradição raiana, tema em questão.

Devido ao ambiente de festa que se vivia durante a recolha dos depoimentos, foram esquecidos princípios básicos de recolha:

- Enquadramentos sem a presença do repórter;
- Ar acima e à frente da pessoa entrevistada;
- Câmara sempre na mesma posição;
- Utilização de microfone direcional.

Estes problemas acabaram por se repercutir negativamente na qualidade sonora e visual do vídeo. O que veio a dificultar a tarefa de pós-produção pois teria que os dissimular. Para isso recorri a efeitos áudio para diminuir o ruído, algumas das partes, incompreensíveis devido ao barulho, foram cortadas e as perguntas foram colocadas nos oráculos. Em relação a imagem, cortei as partes em que esta estava pior e substitui, recorrendo a outros vídeos e fotografias, por algumas imagens referentes ao assunto em causa.

---

[28] "*Os oráculos são uma legenda que identifica pessoas ou locais. Se, numa reportagem, aparecer um vivo do Figo, deve aparecer em oráculo "Luís Figo/Futebolista".* Oliveira, Jorge Nuno (2007: 62). Manual de Jornalismo Televisivo. Lisboa: Cenjor.

[29] *Imagem criada através de sequência de comandos ou declarações matemáticas*. *in* Matos, Jose A. de. (2003), *Dicionário de informática e novas tecnologias*. FCA – Editora de informática: Lisboa. (28 de Dezembro de 2012)

Os resultados obtidos poderão ser vistos e avaliados *online* no *site*, Facebook[30] do Raia.pt e no anexo XX (CD final).

1.2.3 *Design* de Comunicação

O *design* pode ser caracterizado por um conjunto de operações desenvolvidas com o intuito de dar forma a objetos, equipamentos, sistemas ou a mensagens para responder a determinadas necessidades humanas. Quando entramos na área das mensagens, estamos a falar de um *design* específico, o *design* de comunicação.

Esta forma de *design* pretende essencialmente resolver problemas de transmissão de informação através de determinados projetos como, revistas, cartazes, anúncios, símbolos, logomarcas e todo o restante material de comunicação associado à promoção de algo.

É exatamente com esse objetivo, promover determinados produtos, que os trabalhos realizados nesta área foram feitos.

1.2.3.1 ilocalgov

Como ficou estipulado no plano de trabalho era necessário realizar material promocional para a plataforma ilocalgov, apesar de no plano não estar definido qual o material, no decorrer do estágio, ficou estabelecido em reunião de passaria pela criação de um *rool up*[31] e de um panfleto.

Como todos os trabalhos também estes se iniciam pela análise e planeamento para conhecer o que está feito e recolher alguma informação para posterior utilização, como por exemplo o local mais utilizado para a colocação do logótipo da instituição. Após alguma

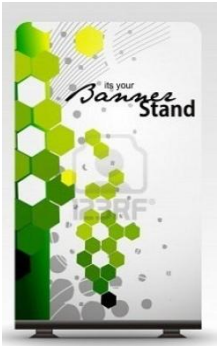


Figura 4 – Exemplo *roll up* (Fonte: 123RF).

[30] https://www.facebook.com/media/set/?set=vb.304658116298790&type=2 (02 de Dezembro de 2012)

[31] É semelhante a uma bandeira exposta, com um mecanismo no fundo que permite que este se enrole, protegendo assim o produto e facilitando o seu transporte.

pesquisa de *roll ups* encontrei no *site* www.123rf.com um produto (ver figura 4) que, do meu ponto de vista, se encaixava no projeto, pois tinha como ponto central a utilização de favos, fruto do trabalho em conjunto das abelhas para o seu próprio desenvolvimento, podendo ser visto como uma analogia ao projeto ilocalgov, facilitador, produtivo e funcional.

Foi dessa a ideia que parti para a realização do *roll up*.

A produção iniciou-se com a definição das medidas, estipuladas pela empresa, a aplicar: 2m de altura por 0,8m de largura. Depois de criados os hexágonos, devidamente ajustados para criar o efeito dos favos, adicionaram-se os restantes elementos figurativos e as logomarcas dos associados. A parte central ficou "livre" para a eventual colocação de texto, O resultado final encontra-se em anexo (vide anexo IX).

Enquanto esperava a avaliação do primeiro *roll up* decidi, com consentimento da empresa, criar mais propostas, utilizei como inspiração material de comunicação que o Eng. Sérgio me forneceu, este trabalho resultou assim em três propostas:

- Com base em círculos como símbolo de ligação entre entidades e serviços (*vide* anexo X);
- Com fundo criado pelos nomes dos concelhos de Portugal (destinatários do produto), por cima destes estaria colocado o texto e os logótipos (*vide* anexo XI);
- E uma proposta em que Portugal aparece desenhado com um traçado solto, como símbolo da flexibilidade do produto (*vide* anexo XII).

Com a proximidade do final do estágio e com o *site* e guias (ilocalgov) para terminar, apenas foi possível realizar uma proposta de panfleto.

A proposta criada teve como base o *roll up* onde os círculos são o elemento principal. Realizado no CorelDraw, utilizei as medidas de uma folha A_5, para um panfleto com duas dobras, contudo apenas iria ter uma, pois optei por *layout* diferente do habitual, o protótipo descrito apresenta-se para análise no anexo XIII, ainda sem texto real, pois o plano de marketing e respetivos textos ainda não estava definido.

Foi sugerida a produção de uma nova logomarca, com base no logo original do projeto, pois a empresa não estava satisfeita com a existente (figura 5). Criei algumas propostas, que podem ser vistas no anexo XIV, as primeiras duas utilizam a mesma ideia que o logo original, com ajustes no símbolo e no tipo de letra. A proposta três e quatro, tem como objetivo apresentar através das linhas coloridas a bandeira representativa das autarquias.

De entre as propostas criadas foi escolhida e aplicada, a todo o material referente ao projeto inclusive ao *site*, a proposta apresentada na figura 6.

Figura 5 – Logótipo original do projeto ilocalgov (Fonte: Interna).

Figura 6 – Novo logótipo do projeto ilocalgov (Fonte: Autor).

1.2.3.2 ipolis

As atividades de *design* de comunicação também foram desenvolvidas no projeto ipolis. À semelhança do que acontecera no projeto ilocalgov, também aqui existia já uma base de trabalho, um logo antigo, com má qualidade de imagem, como se pode verificar na figura 7. Este logo deveria ser usado como base para a criação de novas propostas.

Figura 7 – Logótipo original ipolis (Fonte: Interna).

Numa primeira fase foram então criadas e apresentadas várias propostas de logomarcas, apesar de atualmente apenas ter dois para consulta (*vide* anexo XV), pois são representativos do trabalho realizado.

Contudo no decorrer de uma reunião levantou-se a seguinte questão, o logomarca apresentado anteriormente (figura 7) estava registado e a sua imagem pertencia já à empresa, nesse sentido foram colocadas de lado todas as propostas pois devia começar a editar o logo antigo, para que este pode-se ser reproduzido, em qualquer suporte, com qualidade.

Este foi um trabalho muito minucioso, pois durante a vectorização (passagem da imagem em *bitmap* para vetor) do logo, cada traço tinha que ser feito ao pormenor de forma a obter a melhor cópia possível. No final a cópia obtida (ver figura 8) foi aceite e colocada no projeto do *site* ipolis (*vide* anexo VIII).

Figura 8 – Novo logo ipolis (Fonte: Autor).

1.2.3.3 Beira.pt

Beira.pt é um projeto que a ADSI pretende implementar a breve trecho. Dele fazem parte um *site*, sobre a região beirã, além do site existirá também a componente rádio, jornal impresso, TV e loja *online*.

Como todos os projetos também este, necessitava de uma logomarca que a mim coube a tarefa de idealizar e realizar propostas de logomarcas para este projeto.

A pesquisa e análise de logos de rádios (Telefonia Sem Fios (TSF), Rádio Renascença (RR) e Antena 1), Jornais (Jornal notícias, Correio da Manha e Abola), canais de TV (SIC, RTP e Abola.TV) de referência, permitiu-me verificar a unanimidade no recurso ao *lettering*[32] como base para os seus logos, sendo que alguns como a RR e a RTP usam outro componente a acompanhar. Foi sugerido pelo Eng. Sérgio a utilização de um

[32] É uma sequência de letras, que formam palavras e que tenham sido escritas por lápis, caneta, *spray*, computador…

elemento que seria representativo da região (ver imagem 9), um floco de neve, fruto da união de pictogramas de pessoas.

Figura 9 – Imagem para utilizar no logótipo Beira.pt (Fonte: Interna).

Criei então diferentes logos, com e sem o floco, outros com diferentes elementos, como se pode observar no anexo XVI, o que se pretendia com estas primeiras propostas era uma base, para depois aperfeiçoar.

Após reunião com o Eng. Sérgio, ficaria definido que o logo deveria ser desenvolvido apenas com recurso ao *lettering*. Efetuei uma análise a vários tipos de letra e, seguindo o meu gosto pessoal e algumas sugestões dos elementos da empresa, desenvolvi algumas propostas com esses mesmos tipos de letra (*vide* anexo XVII).

Para proposta final escolhi unir os tipos de letra Titania, por se tratar de uma letra forte e de fácil leitura, com o "B" do tipo de letra Echo Deco.

Esta junção de fontes, apesar de não ser muito usual pois os resultados são normalmente negativos, assim como afirma Leslie Cabarga (2004) *é doloroso porque é composto por vários tipos de fonte*, justifica-se pelo poder que a letra "B" tem no contexto do logo, como se poderá observar na figura 10 o "B" em formato de código de barras, é a representação de um dos serviços fornecidos, a loja *online*.

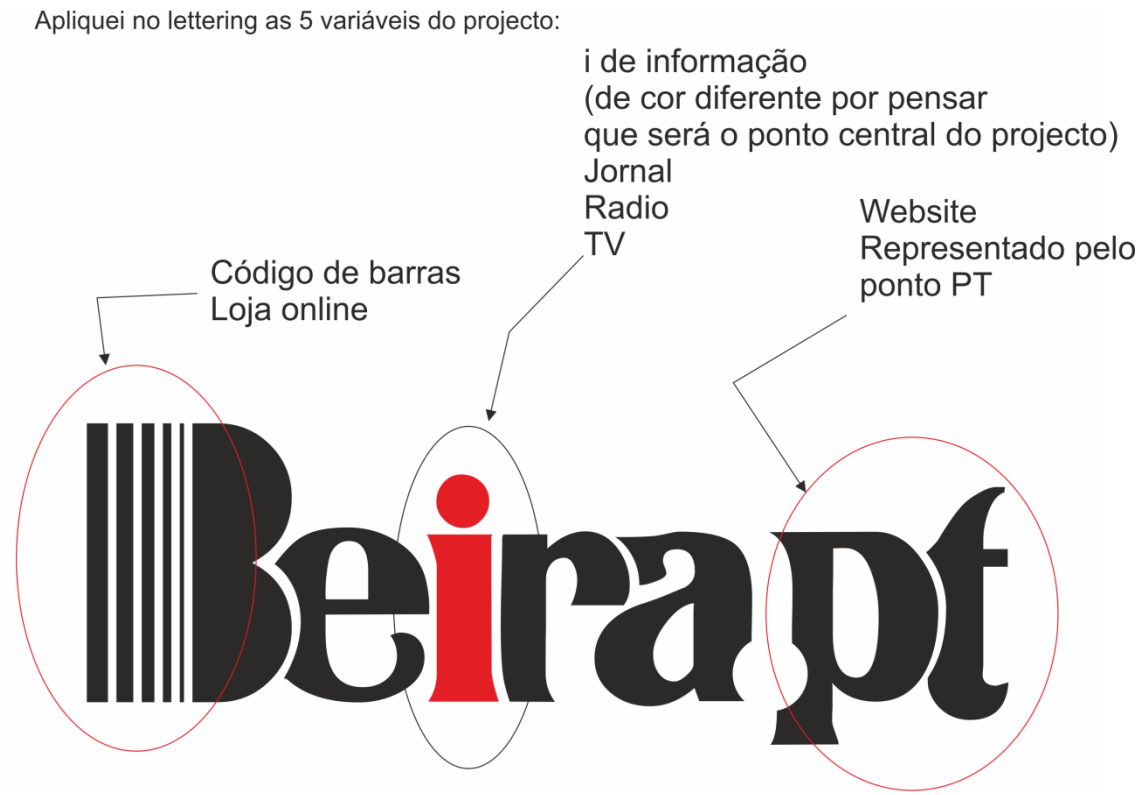


Figura 10 – Proposta final logótipo Beira.pt (Fonte: Autor).

A proposta final (figura 10) tem como mais-valia o encarnado a representatividade dos serviços fornecidos. A sua observação corrobora esse facto: o "B" representa a loja *online*, o "i", os meios de informação, como a TV, Rádio e Jornal e o ".pt" representa o portal *online*.

Esta proposta colheu agrado da ADSI, onde, como protótipo, poderá vir a funcionar, esperemos o desenrolar e conclusão do projeto, como logo.

1.2.4 Diagramação

O trabalho de diagramação, conhecido também por composição, é a "arte" de distribuir os elementos de um projeto gráfico, a linha, a unidade, o equilíbrio e os demais fatores conjugados ao tema, que criam uma mensagem, chamando a atenção, alimentado interesse e motivação para um fim específico de comunicação.

Este objeto de comunicação seria, neste caso particular, um catálogo de promoção para um novo produto, o iTurismo, que consiste na produção de conteúdos multimédia para visualização em dispositivos interativos.

No dia um de outubro foi-me enviado um documento com informações sobre o iTurismo, a ser colocado num panfleto de divulgação/ promoção. No tempo de que dispunha, procedi a uma pesquisa que me levou à seleção de um *template* (*vide* anexo XVIII). Foi nele que trabalhei procurando respeitar os princípios da boa paginação:

- Unidade – sem elementos discordantes;
- Harmonia – unidade das cores, tamanho e forças;
- Simplicidade – sem elementos supérfluos;
- Atmosfera – relação de harmonia entre espaços
- Proporção – harmonia entre o peso de cada elemento no espaço ocupado;
- Equilíbrio – equilíbrio entre as partes;
- Movimento – poder de gerar um caminho para quem vê;
- Destaque – valorização através do peso, das cores ou dos espaços;
- Contraste – é a alma da variedade, aumenta a força de expressão de qualquer elemento;
- Ritmo – sucessão de movimentos combinando linhas e massas, valores e cores.

Respeitando sempre os princípios apresentados, parti para o desenvolvimento do trabalho.

O texto foi cedido pela ADSI, tratava-se de muito texto para um trabalho deste género, contudo a falta de tempo não permitiu que este fosse reescrito, dessa forma utilizei-o todo. Deixei no entanto a sugestão que no caso de esta proposta vir a ser utilizada devê-lo-ia ser com menos texto.

As restantes alterações realizadas foram sobretudo na alteração de cores e na composição dos elementos.

A alteração mais importante foi realizada já na parte final do trabalho, através da impressão dei conta que o número de páginas (seis) não era o ideal para impressão, pois a página sete e oito aparecem em branco. Para resolver essa situação apresentei como solução colocar na página sete com um resumo dos serviços fornecidos pela ADSI e na

oito os contactos da empresa. Essa folha poderia ser rasgada através de um picotada e reutilizada para outras situações, tanto pela empresa como pelo cliente.

As imagens foram, algumas, retiradas do *site* de acesso livre, http://www.sxc.hu/, outras editadas por mim para a situação.

O produto final encontra-se no anexo XIX, convém no entanto relembrar que se trata apenas de um protótipo e que poderá conter erros, sendo a sua impressão feita em papel normal, quando deveria, sendo um catálogo, utilizar outro tipo de papel.

1.2.5 Outros

Pelo número e natureza de outras atividades realizadas durante o período de estágio e dada a dificuldade de inserção nas tipologias anteriormente utilizadas, optei por as reunir sob a designação genérica e indefinida que o título apresenta. Por isso, e consequência do seu caráter assistemático, limitar-me-ei a enumerá-las:

- Criação da estrutura de um dos vídeos de apoio a inserir no portal de ajuda do ilocalgov;
- Deslocação a Aldeia do Bispo para recolha de fotografias da capeia;
- Edição e partilha das fotografias para posterior colocação no *site* raia.pt[33];
- Reuniões e encontros com tutor, docentes, membros da equipa e diversas pessoas que faziam parte de projetos.

O material referente a estes trabalhos encontra-se disponível para consulta no Anexo XX.

[33] http://www.raia.pt/fotografias/capeia-aldeia-do-bispo-2012, (13 de Dezembro de 2012).

Reflexão final

Ao longo do período académico, somos submetidos a diferentes momentos de avaliação. Algumas avaliações correm bem e outras menos bem. No entanto, a verdade é que nenhuma delas se compara ao que nos espera no mundo do trabalho. É que nele, não é suficiente, para aprovar, conseguir 10 valores… a fasquia encontra-se sempre nos 20!

É para mim esta a verdadeira essência do estágio curricular, apresentar-nos a realidade do mundo do trabalho, onde temos que dar o máximo, e isto, por maior que seja o empenho de professores e conteúdos programáticos (das unidades curriculares), os bancos teóricos da escola não nos conseguem incutir. Isso aprende-se na lição da vida (profissional). Nada, ao longo do percurso académico, se compara às dificuldades de assumir a responsabilidade de um posto de trabalho, de cumprir horários, de concluir, bem, a faina no tempo aprazado, de cumprir ordens, e não fazer o que nos deleita…Se outra virtude não tivesse, o que não corresponde à verdade, já teria sido positiva esta aprendizagem!

Tive-a e aproveitei-a, dei o melhor que tinha para dar, utilizei todas as ferramentas e conhecimentos que possuía para que todos os meus trabalhos tivessem sempre acima do nível desejado pela empresa. Levo assim um sentimento de dever cumprido e de que o meu esforço foi o melhor agradecimento que podia prestar à ADSI, por esta oportunidade que me foi dada.

É também aqui que devo agradecer a todos os docentes que me acompanharam, que com o seu esforço me incutiram conhecimentos, para além do que está presente nos programas curriculares adequados, do meu ponto de vista, ao mercado de trabalho.

Porém nem tudo foi bom, um dos maiores prazeres que se pode ter enquanto profissional de qualquer área é, além de ver o seu trabalho reconhecido, ver o trabalho a sair do papel. E se por um lado sempre senti apoio e reconhecimento por parte da empresa, por outro, apenas um dos meus trabalhos (pós-produção) se encontra completamente "*online*", será o sabor amargo do cruel mundo do trabalho?....

No passado, sonhava trabalhar exclusivamente em *Web Design*, hoje penso no futuro, e apercebo-me que esta licenciatura (onde se incluiu o estágio) abriu-me a mente e despertou-me a ambição de trabalhar e de me sentir realizado em várias áreas da multimédia, *design* gráfico, *web design*, criação de produtos multimédia… assim o futuro mo permita.

Termino com um enorme desejo de progredir, fazer mais, fazer melhor, de ser feliz a trabalhar naquilo que mais gosto, desejo-o para mim, como o desejo para todos!

Bibliografia

ADSI (2012), consultado em 4 de Julho de 2012.

Brinck, Tom et al (2002), *Usability for the Web – designing web sites that work*. London: Academic Press.

Cabarga, Leslie (2004), *Logo, Font &Lettering Bible*. Ohio: How Design Books.

Chiavenato, Idalberto (1993), *Introdução à Teoria Geral de Administração* (4ª ed). São Paulo: Makron Books.

Ilocalgov (2012), consultado em 5 de Julho de 2012

Lampreia, J. Martins (2003), *Comunicação Empresarial. As Relações Públicas na Gestão* (2ª ed). Lisboa: Texto Editora, Lda.

Lindon, Denis et al (2004), *Mercator* (10ª ed). Lisboa: Dom Quixote.

McDonald, Malcolm (2008), *Planos de Marketing* (6ª ed). Rio de Janeiro: Elsevier.

Nicolau, Isabel (2001), *O conceito de estratégia*. Lisboa: ISCTEC.

Oliveira, Jorge Nuno (2007), *Manual de Jornalismo Televisivo*. Lisboa: Cenjor.

Picchia, Djair (2010), Estruturas Organizacionais Modelos, Consultado em 28 de dezembro de 2012 *in http://dgi.unifesp.br/seplan/templates/docs/seplan-modelos_de_estruturas_organizacionais_material.pdf.*

Severino, A. Joaquim (2007), *Metodologia do Trabalho Científico* (23ª ed). São Paulo: Cortez.

Strauss, R. (1997), *Managing multimedia projects*. Boston: Butterworth-Heinemann..

Wilcox, D. L. et al (2001), *Relaciones Públicas Estrategias y tácticas.* (6ª ed).Madrid: Pearson Educación.

Lista de anexos

Anexo I - Plano de estágio

Anexo II – Pagina *site* principal ilocalgov

Anexo III- *Template* ilocalgov

Anexo IV – *User Guide* Primavera Express

Anexo V – Portal de ajuda ilocalgov

Anexo VI – Portal *online*, erros de compatibilidade

Anexo VII – Conversão do *site* ipolis

Anexo VIII – Proposta final *site* ipolis

Anexo IX – Proposta *roll up* ilocalgov 1

Anexo X – Proposta *roll up* ilocalgov 2

Anexo XI – Proposta *roll up* ilocalgov 3

Anexo XII – Proposta *roll up* ilocalgov 4

Anexo XIII – Panfleto ilocalgov

Anexo XIV - Propostas de logótipos ilocalgov

Anexo XV – Propostas de logótipos ipolis

Anexo XVI – Propostas de logótipos Beira.pt1

Anexo XVII – Propostas de logótipos Beira.pt2

Anexo XVIII – *Template* Paginação iTurismo

Anexo XIX – Catalogo iTurismo

Anexo XX – CD Final.

Anexos

Anexo I

Plano de Estágio

Anexo II

Pagina *site* principal ilocalgov

ilocalgov

Home Projecto Terceiros Contactos

O que é?

Uma plataforma digital para a gestão de documentos e reuniões de um governo local com as entidades com que mais se relaciona. Sejam elas juntas de freguesia, associações, membros do seu executivo ou fornecedores.

Mais detalhes >

Perguntas Frequentes

- O que é?
- Como funciona?
- Como posso aderir?
- Os meus dados estão seguros?

Em destaque

XII Tarde da Matemática na ESTH/IPG
Rua Cidade de Gouveia encerrada ao trânsito a partir de amanhã
Município de Figueira de Castelo Rodrigo promove

Utilizador: utilizador7@wuso.pt
Código de acesso: ••••••
Lembrar-me.
Esqueci-me da palavra

Anexo III

Template ilocalgov

Worth A Thousand Words

by THEME ADMIN on 17 OCTOBER, 2008 · LEAVE A COMMENT

Boat.

Continue Reading →

Elements

by THEME ADMIN on 5 SEPTEMBER, 2008 · LEAVE A COMMENT

The purpose of this HTML is to help determine what default settings are with CSS and to make sure that all possible HTML Elements are included in this HTML so as to not miss any possible Elements when designing a site.

Heading 1 Heading 2 Heading 3 Heading 4 Heading 5 Heading 6

Continue Reading →

More Tags

Search

RECENT POSTS

Worth A Thousand Words
Elements
More Tags
HTML
Links

RECENT COMMENTS

Joseph Scott on Hello world!
Joseph Scott on HTML
Mr WordPress on Hello world!

ARCHIVES

October 2008
September 2008
June 2008

Anexo IV

User Guide Primavera Express

O iLocalGov é um projeto único, centrado na instituição e para a instituição. Gerido e controlado pela própria instituição com as entidades com que mais se relaciona.

É neste sentido que foi criada esta secção de ajuda, para que todos os utilizadores consigam compreender o funcionamento deste projeto. Apesar de se tratar de uma ferramenta simples, pretende-se com esta secção que o tempo despendido na sua aprendizagem seja o menor possível.

Ao entrar dentro dos separadores encontrará uma imagem, que tem como objeto familiarizar o utilizador com o ambiente de trabalho da ferramenta, do lado direito encontra-se um menu com as ligações para a ajuda.

A ajuda estará disposta da seguinte forma, uma primeira pagina onde é apresentada a utilidade da feramente, uma segunda que permite realizar o download do guia de utilização e por fim uma pagina com as FAQ"s (Frequently Asked Questions / Perguntas mais frequentes), que terá uma componente texto e imagem com o intuito de esclarecer todas as duvidas, mostrando quando necessário, através de vídeo, como se realiza determinada tarefa.

MENU

Home
Correspondência
Reuniões/Sessões
SMS
Voltar ao ilocalgov

Anexo V

Portal de ajuda ilocalgov

O iLocalGov é um projeto único, centrado na instituição e para a instituição. Gerido e controlado pela própria instituição com as entidades com que mais se relaciona.

É neste sentido que foi criada esta secção de ajuda, para que todos os utilizadores consigam compreender o funcionamento deste projeto. Apesar de se tratar de uma ferramenta simples, pretende-se com esta secção que o tempo despendido na sua aprendizagem seja o menor possível.

Ao entrar dentro dos separadores encontrará uma imagem, que tem como objeto familiarizar o utilizador com o ambiente de trabalho da ferramenta, do lado direito encontra-se um menu com as ligações para a ajuda.

A ajuda estará disposta da seguinte forma, uma primeira pagina onde é apresentada a utilidade da feramente, uma segunda que permite realizar o download do guia de utilização e por fim uma pagina com as FAQ"s (Frequently Asked Questions / Perguntas mais frequentes), que terá uma componente texto e imagem com o intuito de esclarecer todas as duvidas, mostrando quando necessário, através de vídeo, como se realiza determinada tarefa.

© COPYRIGHT WUSO - WEB USABILITY SOLUTIONS, LDA

Anexo VI

Portal *online*, erros de compatibilidade

User Guide

PRIMAVERA EXPRESS V7

Versão 1.0

Março de 2012

1. Instalação

Para poder efetuar o download do produto PRIMAVERA Express deve começar por se registar no site da PRIMAVERA, indicando os dados solicitados. Receberá de imediato por e-mail uma notificação com a indicação do link que deverá seguir para efetuar o download da solução. Faça o download e escolha a opção SAVE de modo a guardar o ficheiro em disco antes de proceder à sua instalação. O tempo necessário para o download dependerá da largura de banda que tem disponível.

Para que a instalação fique concluída, à partida, apenas terá que aceitar e confirmar as opções sugeridas no ecrã. Depois de efetuada a instalação a inicialização da plataforma PRIMAVERA é efetuada automaticamente.

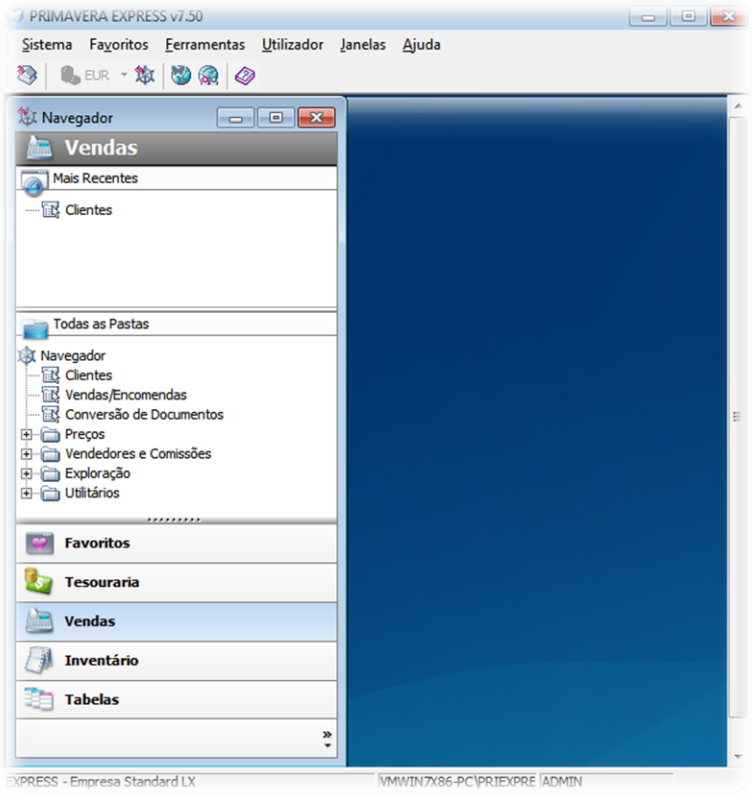
Lembramos que ao efetuar o seu registo no site da PRIMAVERA BSS passará a receber todas as notificações sobre novas versões que venham a ser disponibilizadas.

2. Migrar da versão 6.40 para o Express v7

Nos casos em que se encontre previamente instalada a versão 6.40 do PRIMAVERA Express e pretenda migrar para a versão 7.50 deve ser efetuado o download da aplicação e posterior instalação. Não é necessário fazer a desinstalação da versão anterior antes de instalar o PRIMAVERA Express v7. No final da instalação do PRIMAVERA Express v7 é despoletado o Setup&Go que irá proceder à atualização da base de dados que tinha na versão v6.40.

3. Navegador

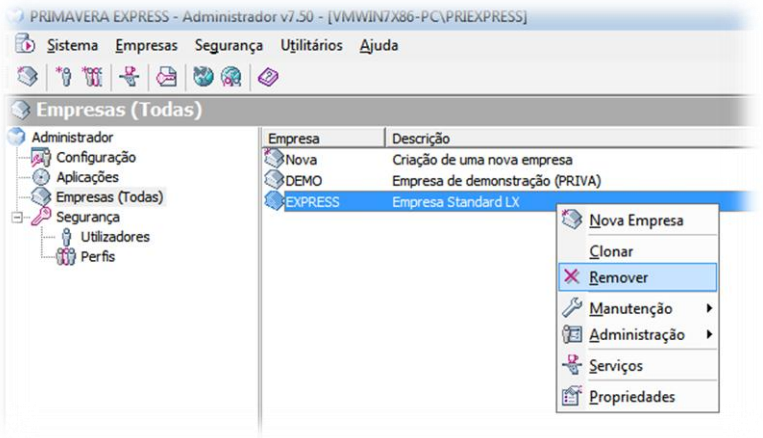
Ao abrir a solução PRIMAVERA Express irá encontrar um Navegador onde estão organizadas as várias categorias da aplicação. Graças à sua elevada extensibilidade, o Navegador dá-lhe a possibilidade de configurar o ambiente de trabalho, adaptando-o às suas necessidades, criando os seus próprios atalhos e listas, de forma a aceder mais facilmente à informação de que necessita com maior frequência.



4. Abertura da empresa

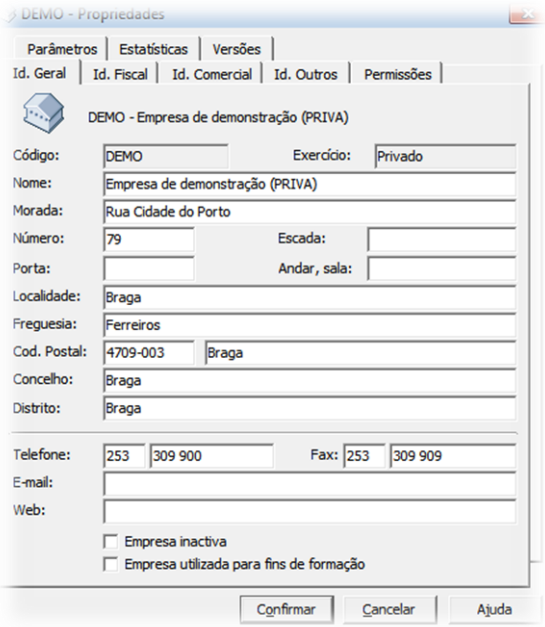
A criação de empresas é uma operação auxiliada pelo Administrador, através de uma sequência de ecrãs. Para iniciar a criação da sua empresa abra o programa PRIMAVERA Express - Administrador. O produto possui de raiz duas empresas, uma de demonstração (que lhe será útil para perceber a dinâmica de funcionamento da solução) e uma empresa standard denominada Express que será a empresa a utilizar para registar as suas operações. Escolha esta última para poder seguir com os seus trabalhos, personalizando a informação com os dados referentes à sua empresa.

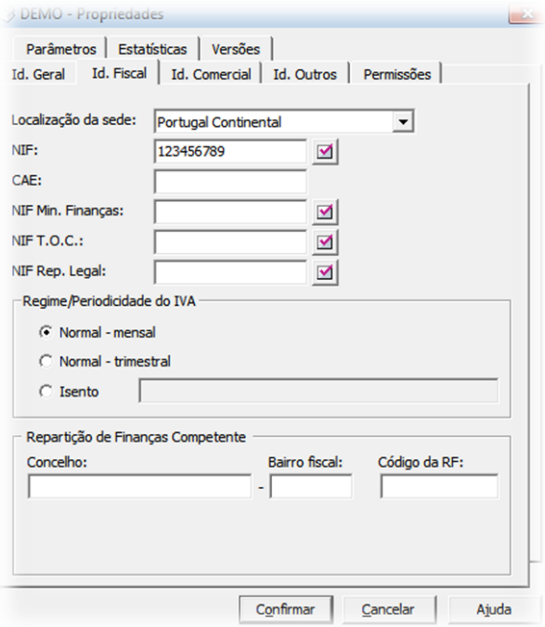
Para criar uma nova empresa standard com o nome da sua empresa é necessário eliminar a empresa standard existente ("Express") e criar uma nova. Em alternativa, poderá utilizar a existente, preenchendo os dados, mas não poderá ser alterado o código da mesma, ficando definitivamente o código "Express". Para proceder à personalização da empresa Standard escolha no menu "Empresas" a opção "Nova". No passo seguinte selecione o tipo de exercício e a localização da sede e demais dados relativos à sua empresa.



5. Introduzir os dados da empresa

Para introduzir os dados da sua empresa aceda ao menu "Empresa". Com o botão direito do rato escolha a opção Propriedades e preencha os campos principais com a informação sobre a sua empresa que irá constar nos documentos a emitir: Nome da empresa, Morada, nº Contribuinte, etc.

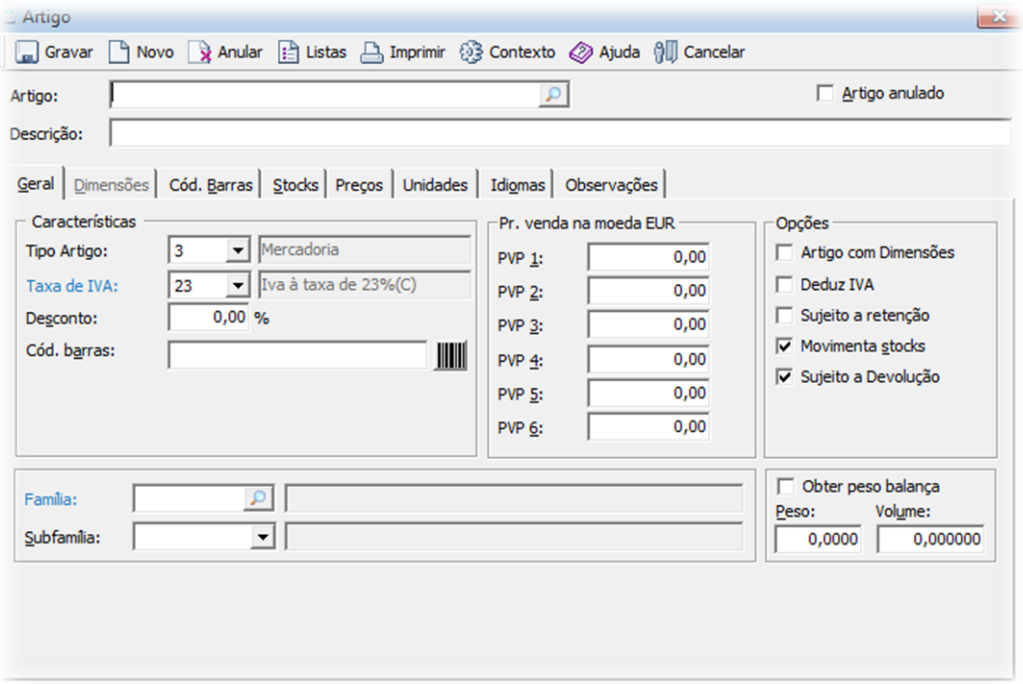




6. Como criar Artigos

O registo de documentos é uma das principais operações a realizar neste produto, particularmente no que respeita aos Documentos de Vendas. Para que possa começar desde já a faturar, é por aí que deve começar. Na tabela de Artigos deve ser introduzida a informação relativa a todos os Artigos comercializados pela sua empresa e que, como tal, podem ser objeto de faturação em qualquer momento. Para dar início a este processo abra a tabela de Artigos, selecione a opção NOVO e preencha os dados solicitados pelos vários separadores ativos. É importante que preencha principalmente os seguintes campos: Tipo de Artigo, Taxa de Iva, PVP do Artigo.

Se não pretende gerir o Stock de determinado Artigo deve desativar a opção **Movimenta Stock**.



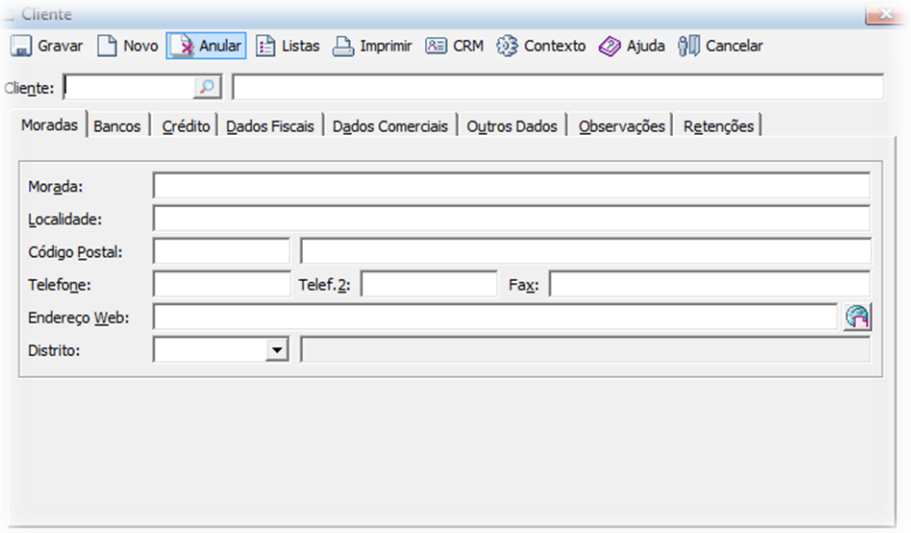
Depois de preencher os campos da ficha do artigo, GRAVE o registo.
Repita a operação para a introdução de todos os artigos comercializados pela sua empresa.

Lembramos que para obter a máxima produtividade e eficácia na gestão comercial da sua empresa com base nesta solução, é importante conhecer todos os pormenores subjacentes à utilização do Editor de Vendas descritos a partir da página 82 do Manual do Produto.

7. Onde encontrar a opção de criação de Clientes

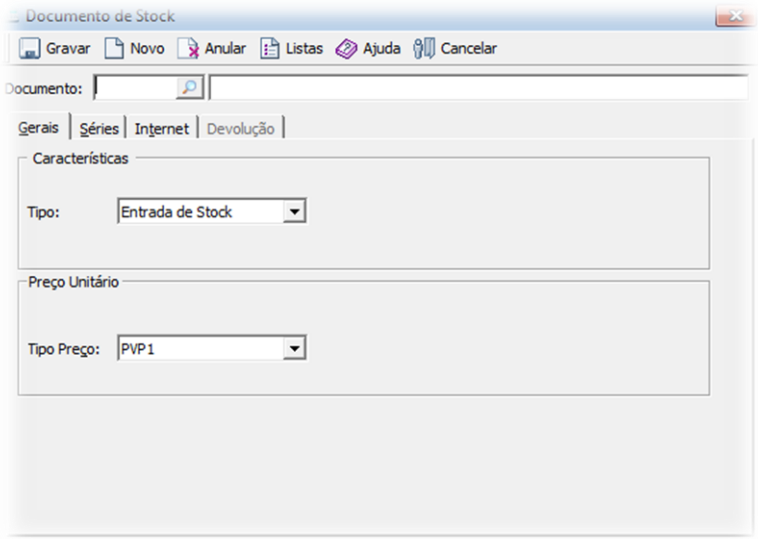
Na Tabela de Clientes devem ser registados todos os clientes com quem existe uma relação comercial assente em qualquer Documento de Venda. Para proceder à criação da Ficha de Clientes aceda à Tabela de Clientes e siga o mesmo processo descrito para a criação de Artigos. Verá que esta tabela já tem registado um cliente de código VD, para utilização nas Vendas para clientes indiscriminados, por exemplo as Venda a Dinheiro.

Preencha todos os dados solicitados nos primeiros quatro separadores da Ficha do Cliente, de modo a poder faturar de seguida sem problemas.



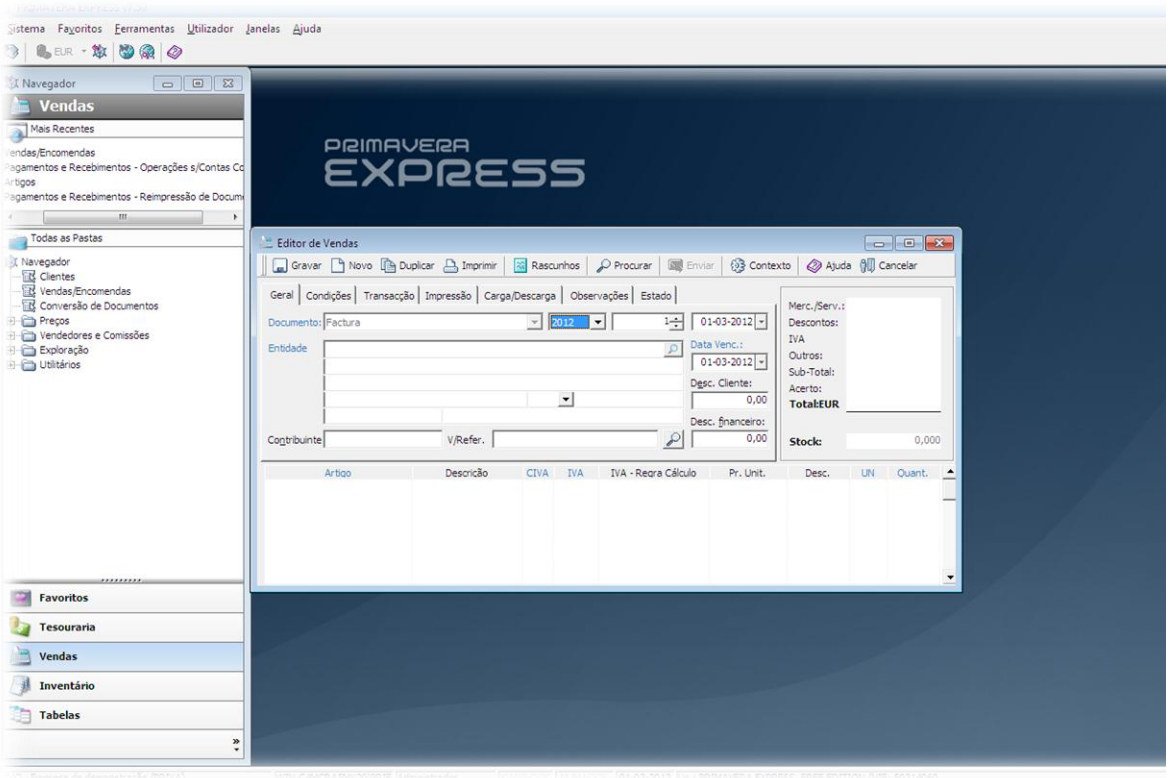
8. Entrada em Stock

Agora que tem Clientes e Artigos introduzidos, poderá passar de imediato à emissão dos documentos de Venda. No entanto, caso pretenda gerir Stocks, deve começar por registar as entradas de mercadoria. Na área de Stocks pode introduzir vários tipos de documentos: Entrada, Saída e Stock inicial. Se não o fizer, aquando da emissão da fatura será notificado sobre a inexistência do artigo em Stock. Pode, no entanto, confirmar a fatura, ficando o Stock do referido artigo com unidades negativas, situação que poderá atualizar a qualquer momento através de uma entrada em Stock, na opção de Stocks. Para dar entrada de Stock escolha a opção Stocks presente no Navegador, escolha o documento Entrada Stock e introduza os Artigos e respetivas quantidades e valores.

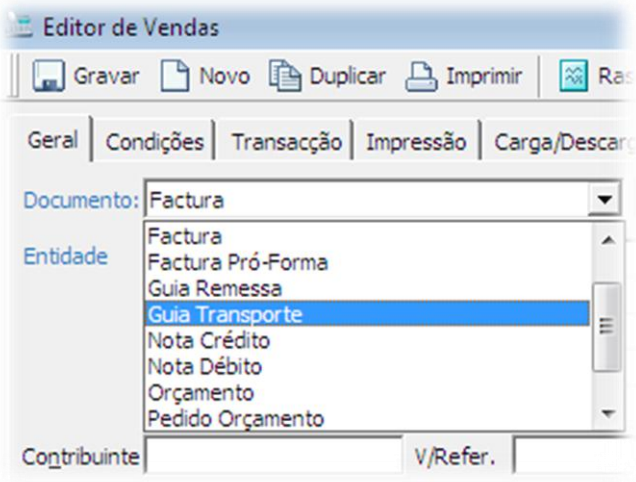


9. Faturação

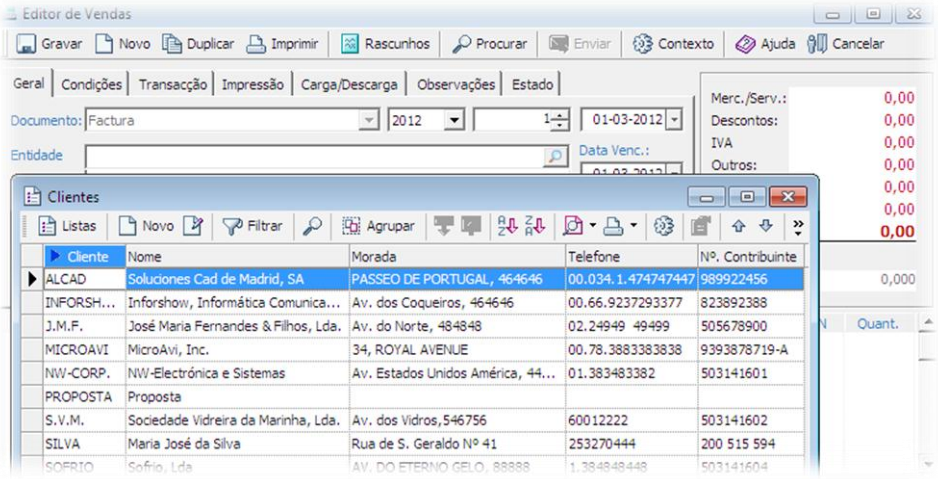
Para proceder à faturação ou à emissão de outros documentos de Venda (Guias de Remessa, Notas de Débito e Vendas a Dinheiro) aceda no Navegador à janela de Documentos de Venda e selecione qual o documento que pretende criar.



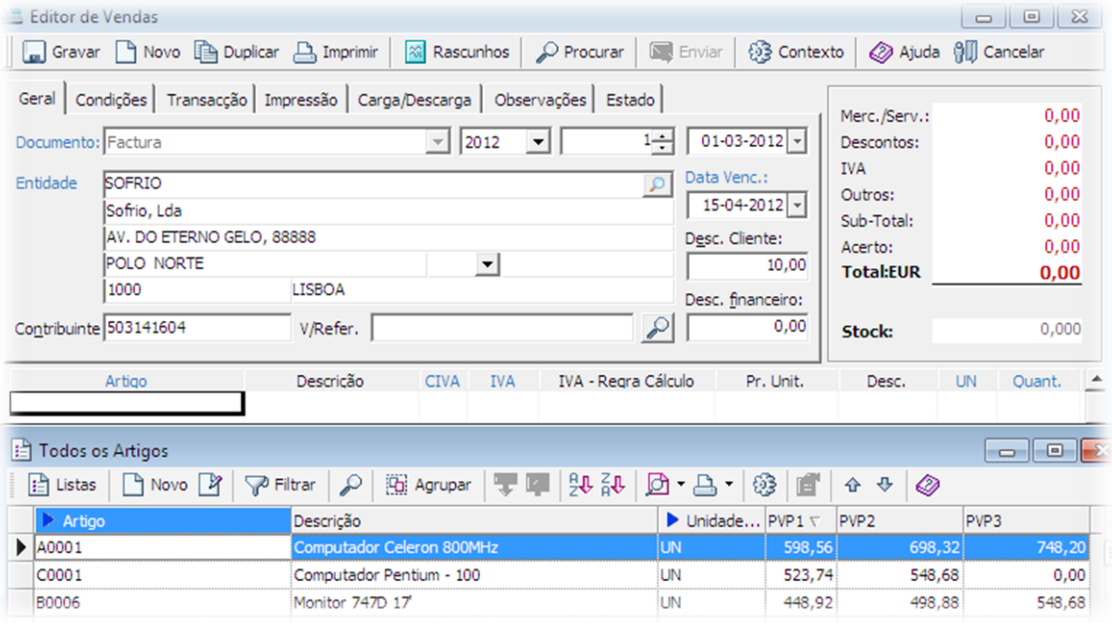
Já na janela de Vendas comece por escolher o documento que pretende utilizar.



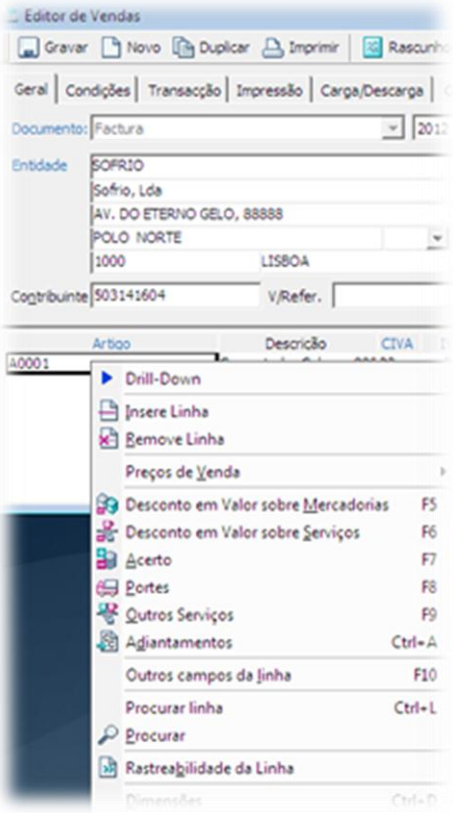
Identifique depois o Cliente, pressionando F4 para aceder à lista de Clientes.



Na grelha inferior identifique o Código do Artigo e pressione ENTER para mudar de coluna e de linha.



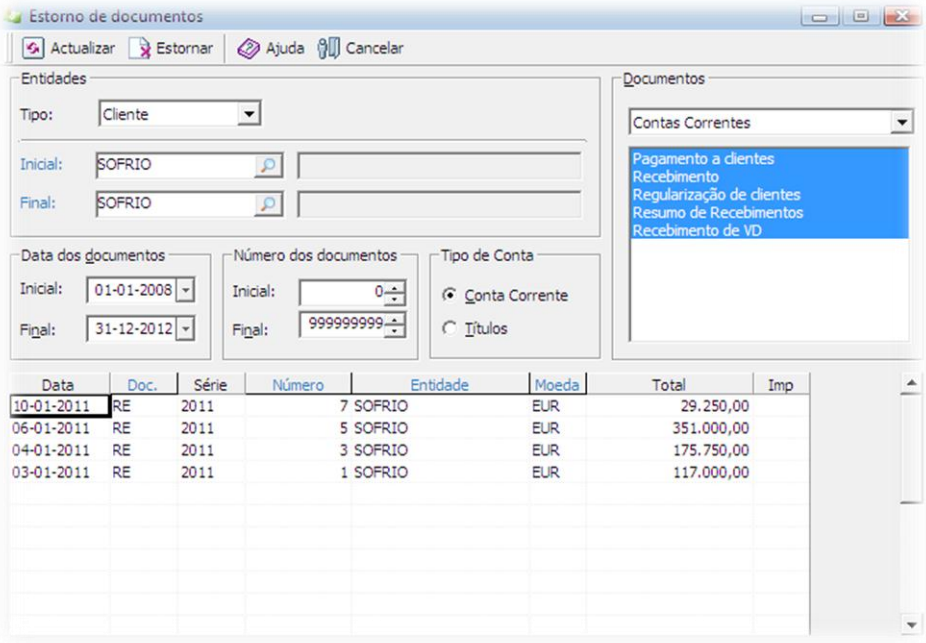
Não deixe de observar as opções a que pode aceder através do menu disponível via botão direito do rato.



No final, escolha GRAVAR para guardar o documento ou IMPRIMIR para guardar e imprimir de seguida.

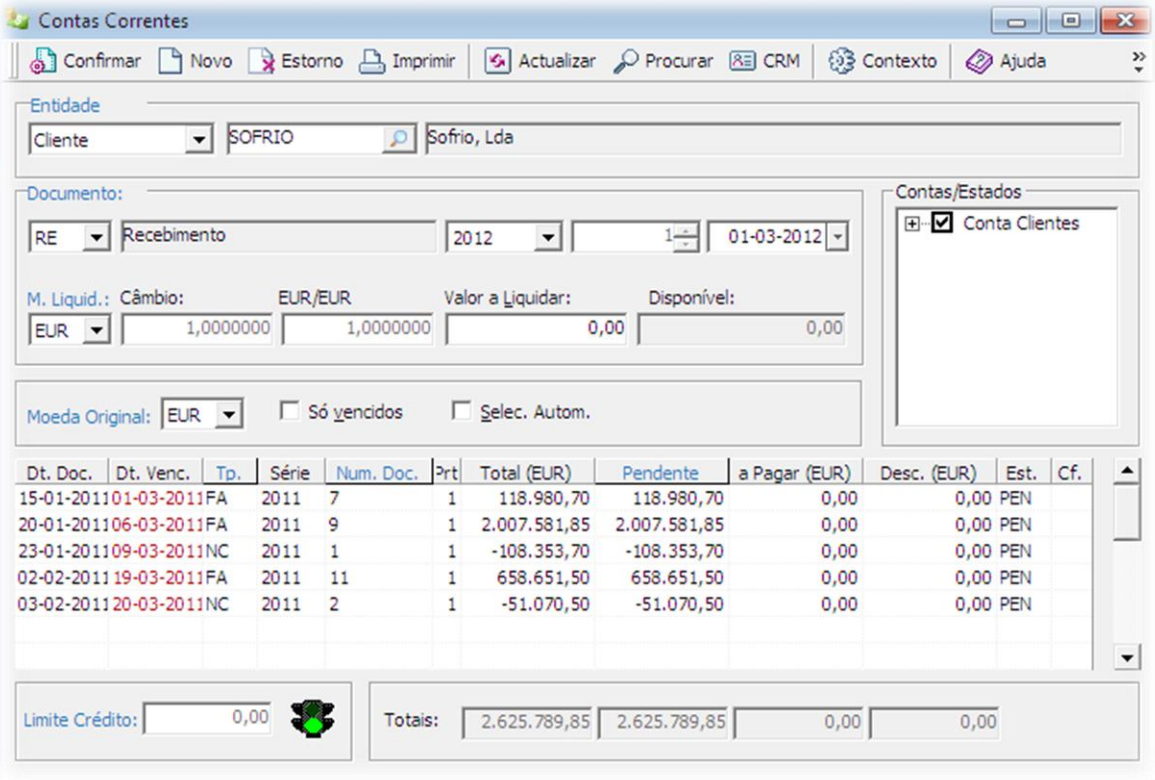
10. Estornar/anular Documentos das Contas Correntes

Para estornar (anular) uma operação de Conta Corrente já registada (porque houve um engano, porque o cheque com que foi efetuado o pagamento foi devolvido, etc.) selecione a opção "Estorno" disponível na janela de Contas de Correntes; identifique a entidade sobre a qual pretende anular/estornar uma operação, selecione a opção Estorno, cabendo ao programa a reposição da situação original.

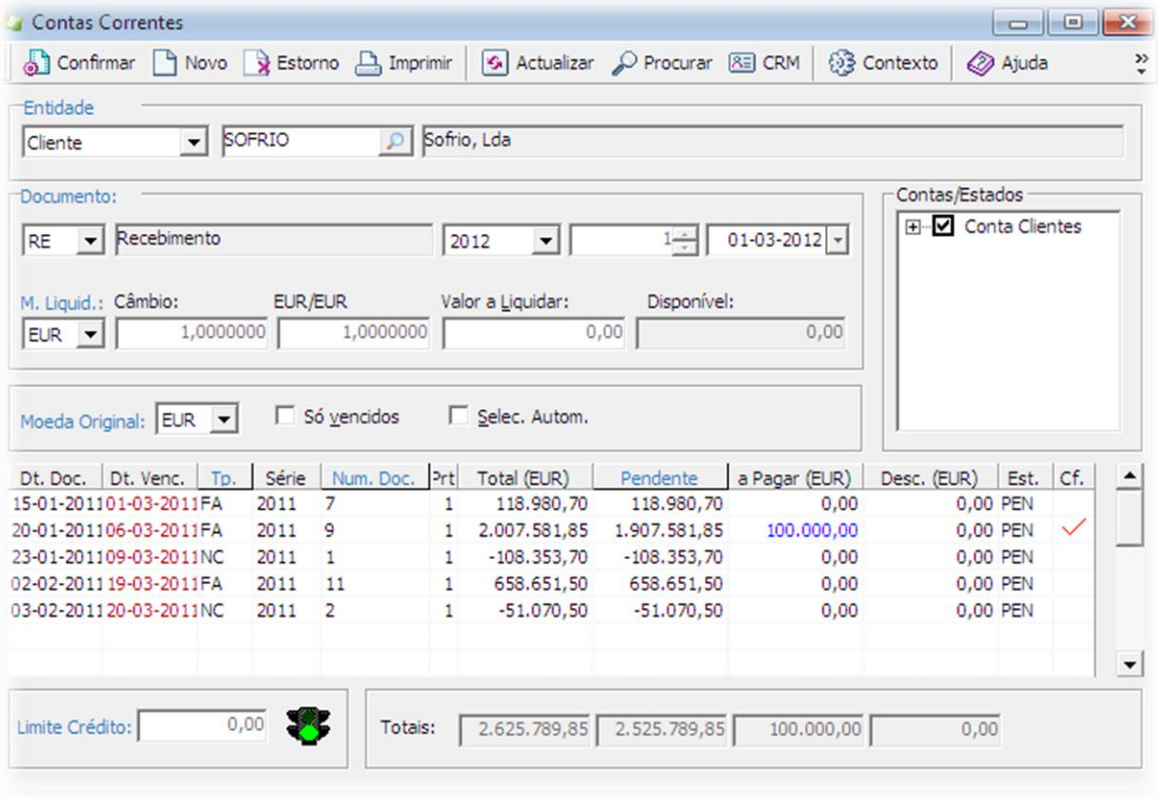


11. Recebimentos

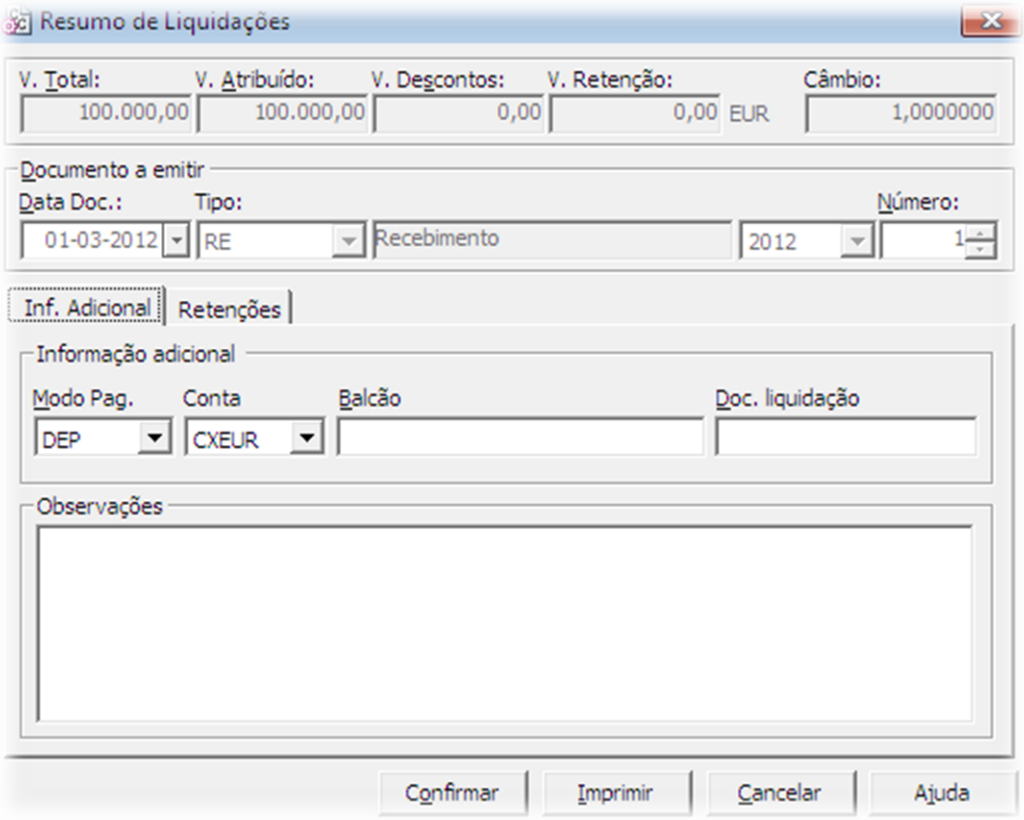
Para processar um Recebimento e emitir o respetivo documento de liquidação, escolha a opção Operações nas Contas Correntes.



Comece por Identificar o Cliente. De seguida, escolha o tipo de documento a processar. À partida, para a liquidação de uma fatura por exemplo, deverá utilizar o Documento de Recebimento. Na grelha de documentos a liquidar, marque na coluna mais à direita o(s) documentos que vai liquidar. Pode liquidar um documento parcialmente, escrevendo o valor a liquidar na coluna **a Pagar**.



Depois de identificar os (s) documentos a liquidar escolha CONFIRMAR. A seguinte janela vai aparecer no ecrã onde deverá identificar os dados do documento de liquidação. No final escolha IMPRIMIR se pretender gravar e imprimir a nota de liquidação, isto é, o recibo.

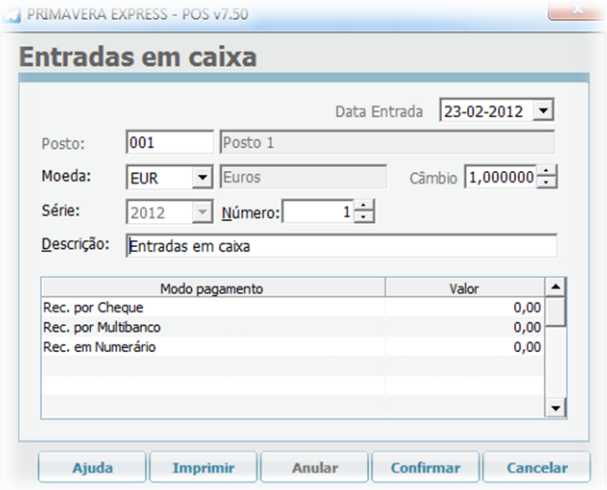


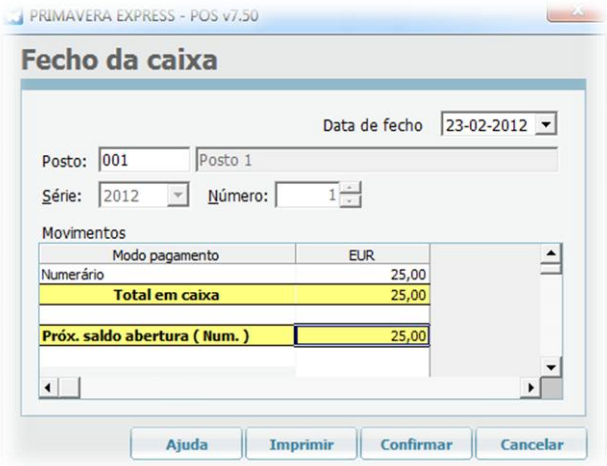
12. Vendas ao Balcão (POS)

A emissão de Documentos de Venda pode ser feita através de um interface genérico ou através de um ecrã específico de POS. O PRIMAVERA Express permite ambas as situações, sendo de destacar que o POS é destinado às organizações que tenham vendas ao balcão.

Se optar pelo POS7.50 acederá a um interface que lhe permitirá gerir um Ponto de Venda de forma mais profissional. Conseguirá por esta via controlar o Fundo de Maneio diário do Caixa; gerir trocos e meios de pagamento; aceder rapidamente a operações através de teclas rápidas; gerir a abertura de uma gaveta de dinheiro e gerir um visor/display de cliente; manter vários documentos em aberto, para além de outras operações que permitem gerir eficazmente um Ponto de Venda.

Para outras informações sobre o POS sugerimos que consulte, por favor, o Manual do Produto.





13. Notas Finais

Este é apenas um pequeno guia de utilização. Para conhecer em profundidade todas as operações que o produto permite efetuar deve consultar o Manual que acompanha o produto. É esperado que após um período de uma a duas horas de contacto com esta solução, o utilizador possa trabalhar agilmente com a mesma.

Para uma utilização mais proveitosa leia integralmente o Manual do utilizador antes de iniciar a introdução dos dados. Da correta introdução e configuração do sistema dependerá a qualidade dos dados que no futuro conseguirá retirar do produto.

A PRIMAVERA BSS deseja-lhe uma boa utilização do PRIMAVERA Express.

Anexo VII

Conversão do *site* ipolis

ipolis

Há quem olhe o que existe e se pergunte, porquê?
Nós imaginamos o que ainda não existe
e pensamos, porque não?

Efeito2006
Não somos só pessoas, mas sim ideias e tecnologia
efeitodigital
Serviços em Sistemas e Tecnologias Digitais, Lda

RECENT UPDATES

ETIAM SUSCIPIT ET

Rhoncus ac, lacinia, nisl. Aliquam gravida massa eu arcu. More...

WELCOME TO PRIMITIVE ELEMENT!

Primitive Element is a free template from FCT released under a Creative Commons Attribution 2.5 License. The header photo is from PDPhoto.org. You're free to use it for both commercial or personal use. I only ask that you link back to my site in some way. Enjoy :)

IPSUM DOLOREM

- Morbi condimentum
- Vestibulum vulputate
- Cras sollicitudin pede et
- Maecenas interdum ante
- Nullam lacinia eleifend

Copyright © 2006 Primitive Element. Designed by FCT

Anexo VIII

Proposta final *site* ipolis

CALENDÁRIO

DEZEMBRO 2012

S	T	Q	Q	S	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

« Ago

Olá, mundo!

*Posted by **admin** on Agosto 20th, 2012*

Bem-vindo ao WordPress. Este é o seu primeiro artigo. Edite-o ou elimine-o e dê vida ao seu site!

BLOGROLL

- Documentation
- Plugins
- Suggest Ideas
- Support Forum
- Themes
- WordPress Blog
- WordPress Planet

Anexo IX

Proposta *roll up* ilocalgov 1

ilocalgov

www.ilocalgov.adsi.pt

WUSO

Anexo X

Proposta *roll up* ilocalgov 2

ilocalgov

SMS

Eleições

Correspondência

Reuniões

WUSO

Anexo XI

Proposta *roll up* ilocalgov 3

Correspondência

Reuniões

SMS

Eleições

www.

Anexo XII

Proposta *roll up* ilocalgov 4

WUSO

Correspondênci

Reuniões

SMS

Eleições

ilocalg

Correspondên

Reuniões

SMS

Eleições

Anexo XIII

Panfleto ilocalgov

Anexo XIV

Propostas de logótipos ilocalgov

ilocalgov

ilocalgov

ilocalgov

ilocalgov

Anexo XV

Propostas de logótipos ipolis

ipolis

ipolis

Anexo XVI

Propostas de logótipos Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

BEIRA.PT

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Anexo XVII

Propostas de logótipos Beira.pt2

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

BEIRA.PT

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Beira.pt

Anexo XVIII

Template Paginação iTurismo

artbook

Catalog

january 2013

artbook

Piracy

$ 13.43 | Envato | sep 2011

Angels & Demons

$ 25.09 | Envato | sep 2011

{The Lost Code}

$ 35.85 | Net Tuts | jul 2011

Wordpress 3.0

$ 45.60 | Envato | nov 2011

Piracy

$ 13.43 | Envato | sep 2011

Angels & Demons

$ 25.09 | Envato | sep 2011

{The Lost Code}

$ 35.85 | Net Tuts | jul 2011

Wordpress 3.0

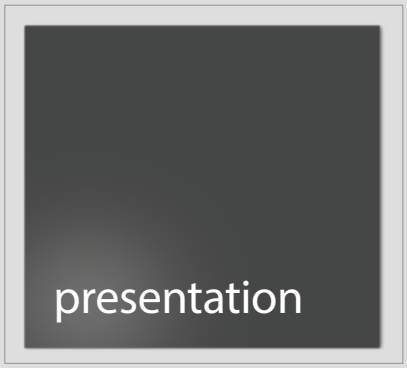
$ 45.60 | Envato | nov 2011

artbook

The Lost Code

$ 25.43 | Envato | sep 2013

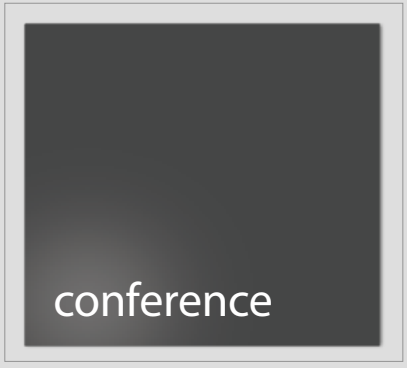
Nulla varius, felis eget porta ultrices, tellus nibh ornare arcu, id sagittis orci magna quis risus. Etiam purus mauris, lobortis vitae adipiscing id, interdum vitae libero. Praesent bibendum porta tristique. Pellentesque cursus arcu at orci suscipit mattis semper magna aliquam. Aliquam rutrum tortor nec neque tristique sagittis a ac purus. Nullam vestibulum ante ac quam pulvinar bibendum. Nullam vestibulum ante ac quam pulvinar bibendumc quam pulvinar bibendum.



Wordpress 3.0

by Jhon Doe | Envato | nov 2011

Nulla varius, felis eget porta ultrices, tellus nibh ornare arcu, id sagittis orci magna quis risus. Etiam purus mauris, lobortis vitae adipiscing id, interdum vitae libero. Praesent bibendum porta tristique. Pellentesque cursus arcu at orci suscipit mattis semper magna aliquam. Aliquam rutrum tortor nec neque tristique sagittis a ac purus. Nullam vestibulum.



The Lost Code

by Carl White | Envato | nov 2011

Nulla varius, felis eget porta ultrices, tellus nibh ornare arcu, id sagittis orci magna quis risus. Etiam purus mauris, lobortis vitae adipiscing id, interdum vitae libero. Praesent bibendum porta tristique. Pellentesque cursus arcu at orci suscipit mattis semper magna aliquam. Aliquam rutrum tortor nec neque tristique sagittis a ac purus. Nullam vestibulum.

artcontact

Follow Us

twitter.com/artbook

StockInDesign

www.stockindesign.com

California
WESTWOOD CA (Store 99646)
1089661 WEYBURN AVE
LOS ANGELES, CA 90045-24545
310-443-9912
contact@artbook.net

Anexo XIX

Catalogo iTurismo

Anexo XX

CD Final

Guias de apoio ilocalgov;

Vídeos não editados Raia.pt;

Vídeos editados Raia.pt;

Vídeo de apoio ilocalgov.